

MUNDO EJECUTIVO

CUMBRE
1000
EMPRESAS
MÁS IMPORTANTES
DE MÉXICO



EN 2024 SE PROGRAMARON 3 MIL 546
VUELOS ENTRE ESPAÑA Y MÉXICO,
7.1% MÁS QUE EN 2023, CON UNA OFERTA
DE MÁS DE UN MILLÓN DE ASIENTOS

FITUR:

50 AÑOS GRUPO
MUNDO
EJECUTIVO

AL CONSOLIDARSE COMO
PAÍS SOCIO DE LA EDICIÓN 2026,
SE ABREN OPORTUNIDADES ESTRATÉGICAS
PARA ATRAER NUEVAS INVERSIONES, ACCEDER
A MERCADOS GLOBALES Y FORTALECER SU
PERMANENCIA DENTRO DEL TOP 6 DE LAS
POTENCIAS TURÍSTICAS A NIVEL MUNDIAL.

MÉXICO Y ESPAÑA MARCAN LA RUTA TURÍSTICA GLOBAL

RANKING 50 EMPRESAS MEXICANAS EN ESPAÑA. INVERSIONES NACIONALES EN EL PAÍS EUROPEO SUPERAN LOS 30 MIL MDE

SPORTSWORLD
TU AQUÍ, TU AHORA

RECARGA Y RENUEVATE

·CLASES GRUPALES

·ALBERCA

·FIT KIDZ ·GIMNASIO

·+ DE 50 CLASES

·ENTRENAMIENTOS
PERSONALIZADOS



CONOCE MÁS ESCANEANDO ESTE QR
O CONTÁCTANOS AQUÍ: 56-2626-4805



www.sportsworld.com.mx

LA NUEVA HOJA DE RUTA

E

l arranque de este 2026 proyecta una energía distinta. Si bien los ciclos recientes llevaron a una cautela técnica, este año se presenta como el momento definitivo para rediseñar objetivos y elevar la escala de nuestras metas. Para el ecosistema empresarial, no estamos ante un periodo de simple resistencia; estamos frente a una plataforma de lanzamiento donde la preparación acumulada converge, finalmente, con la oportunidad de mercado.

En el entorno corporativo, el optimismo no es una negación de los riesgos, sino la confianza en la capacidad instalada y en las herramientas para gestionarlos. La madurez operativa alcanzada por las empresas en los últimos ejercicios permite hoy algo vital: distinguir con precisión entre las tendencias pasajeras y las oportunidades de negocio con fundamentos sólidos.

Un ejemplo claro de este dinamismo es el sector turístico. Con México consolidado entre las seis potencias globales del rubro, el camino hacia el crecimiento es una prioridad estratégica. Este año, el posicionamiento de nuestro país alcanza un nivel superior al ser Socio de la Feria Internacional de Turismo (FITUR) en Madrid. Esta distinción no es sólo un reconocimiento diplomático; es una declaración de intenciones comerciales frente al mundo.

Más allá de la presencia de los 32 estados o de las cifras récord de asistencia que se anticipan, FITUR actúa como un termómetro de alta precisión para la inversión global. Debemos recordar que el turismo es, históricamente, el primer sector en detectar las crisis, pero también el primero en señalar la recuperación. Por ello, observar su evolución actual es una lectura casi obligada para cualquier tomador de decisiones que busque entender los nuevos patrones de consumo y movilidad del capital.

Actualmente, no nos enfrentamos a un escenario de incertidumbre absoluta, sino a un mercado que exige precisión en la ejecución. La invitación para este 2026 es a liderar con la seguridad de quien conoce sus activos y domina el tablero. La fase de análisis debe dar paso a la implementación agresiva y planificada.

El crecimiento este año no puede ser producto del azar o de la inercia del mercado. Debe ser el resultado de una estrategia trazada con rigor y ejecutada con agilidad. El dinamismo que observamos hoy es, en última instancia, una invitación a la acción. En el mundo de los negocios, la verdadera ventaja competitiva reside en identificar oportunidades de inversión donde otros sólo ven paisajes conocidos. ➡



Rosa María Verján Gutiérrez
Editora en Jefe Mundo Ejecutivo



**PRESIDENTE DEL CONSEJO
DE ADMINISTRACIÓN**
Walter Coratella

PRESIDENTA EJECUTIVA
Jessyca Cervantes

**VICEPRESIDENTE COMERCIAL
Y DE NUEVOS NEGOCIOS**
Alberto Casamitjana

DIRECTOR EJECUTIVO DE OPERACIONES
Miguel Mares

**DIRECTORA GENERAL,
EDITORIAL Y PUBLISHER**
Arlenne Muñoz
arlenne.munoz@mundoejecutivo.com.mx

EDITOR EN JEFE
Rosa María Verján Gutiérrez
rosa.verjan@mundoejecutivo.com.mx

REPORTEROS
Cynthia Michelle Hernández

ASISTENTE EDITORIAL
Araceli Hernández
araceli.hernandez@mundoejecutivo.com.mx

COORDINADOR DE DISEÑO
Gustavo Gómez García

DISEÑO
Angela Cruz Sánchez

FOTOGRAFÍA
Antonio Soto Feria

COLUMNISTAS
Juan José Sierra Álvarez, Carlos Bonilla,
Fernando A. Mora Guillén
y Francisco Suárez Hernández

CONSEJO EDITORIAL
Alba Medina, Alexandra Von Wobeser,
Alexandra M. Vitard Quesnel,
Álvaro Sánchez García,
Armando Nuricumbo, Carlos Canales Buendía,
Carlos Constandse Madrazo,
Daniel Becker, Dieter Holtz,
Eduardo Andrade Iturrabarria,
Félix Martínez Cabrera,
Francisco Suárez Hernández,
Gerardo Gutiérrez Candiani,
Ignacio Zubiría Maqueo,
José Gómez Báez,
Luis Fernando Félix Fernández,
Luis Miguel Díaz Llaneza,
Manuel Alonso Coratella,
Martín Barrios y Mauricio Reynoso

GERENTES COMERCIALES
Teresa Pérez,
Cristina Carrillo, Jessica Argüelles

DIRECTOR REGIONAL ZONA PENÍNSULA
Emmanuel Sánchez

RESPONSABLE DE SUSCRIPCIONES
Irma Ruiz,
irma.ruiz@mundoejecutivo.com.mx Tel. 5550029429

REPRESENTANTE EN EU
Publicitas Promotion Network Charney
Palacios & Co. 9200 South Dadeland Blvd. Suite 307 33156
Miami, Florida, Estados Unidos
001 (305) 6709450 María José Torres
ppn-miami@publicitas.com
mjtortres@publicitas.com

CONTACTO EN ITALIANO ITALIA GME
Dott. Davide Gallina
+39 347 0949076
davide@stdgallina.it

CONTACTO EN ESPAÑOL ITALIA GME
Lic. José Eduardo Webber
+39 379 5780214
joewebber.it@gmail.com

Dirección: Italy – 31100 Treviso Viale Fellissent 7d – Tel. +39 0422 1451535

SUSCRIPCIONES
55 5002 9513 – 55 5002 9429



Circulación certificada por el
Instituto Verificador de Medio
Registro No. 127/21



mundoejecutivo.com.mx

MUNDO EJECUTIVO® Número 564 Enero 2026. Es una publicación mensual de Grupo Mundo Ejecutivo®. Editada y publicada por: Grupo Internacional Editorial, S.A. de C.V., Oficinas Generales: Río Nazas No. 34, Colonia. Cuauhtémoc, Alcaldía Cuauhtémoc, C.P. 06500, Ciudad de México, Teléfono: 55 5002-9500, www.mundoejecutivo.mx, Editor Responsable: Rosa Arlene Muñoz Vilchis. Certificado de Reserva de Derechos al Uso Exclusivo número 04-2002-060617140200-102. Certificado de Licitud de Título número 6547, Certificado de Licitud de Contenido número 6938 ambos otorgados por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas de la Secretaría de Gobernación. Permiso SEPOMEX: PP09 – 0225. Se imprime en Litografía Ingramex S. A. de C. V., Centeno 162-1, Col. Granjas Esmeralda, C.P. 09810, Ciudad de México. Tiraje impreso 51,000 ejemplares. Los artículos firmados son responsabilidad de sus autores y no reflejan necesariamente el punto de vista del editor de la publicación o de Grupo Mundo Ejecutivo®. Queda estrictamente prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes de la publicación sin previa autorización de Grupo Internacional Editorial, S.A. de C.V. © Grupo Internacional Editorial, S.A. de C.V. ® Investiga sobre la seriedad de sus anunciantes, pero no se responsabiliza con las ofertas relacionadas por los mismos. Esta es una publicación sólo para adultos.



EL FINANCIERO
Bloomberg TV

ROMPE ESQUEMAS

ACTÚA
INFÓRMATE

DISTINTO



ENTRA AL MUNDO DE LOS NEGOCIOS

www.elfinanciero.com.mx



ELFINANCIEROMX



@ELFINANCIEROTV

PORTADA

DESTINO MADRID: EL SALTO MEXICANO EN FITUR 2026

Con la presencia del país como socio estratégico en la Feria Internacional de Turismo (FITUR), en Madrid, se abren nuevas oportunidades de inversión y relaciones bilaterales que benefician el crecimiento de la nación.



ECONOMÍA

2026 nuevos ciclos económicos

08

SOSTENIBILIDAD

La descarbonización comienza en la planta

13

INDUSTRIA

Motores para el crecimiento

14

NEGOCIOS

Gimnasios en evolución

18

MANAGEMENT

Bienestar que reduce faltas

22

MANAGEMENT

El costo del descuido

26

ACTUALIDAD

Litigar con visión de largo plazo

30

ECONOMÍA

Un puente de negocios de doble vía

32

RANKING

Empresas mexicanas muy españolas

34

NEGOCIOS

Turismo que impulsa negocios

47

AUTOMOTRIZ

Selección Player One, Top 10

62

**CUMBRE
1000
EMPRESAS
MÁS IMPORTANTES
DE MÉXICO
MUNDO >>
EJECUTIVO**

Cimientos de la competitividad y la resiliencia

48

Hecho en México, orgullo que trasciende fronteras

52

Del punto de venta al ecosistema digital financiero

54

El Real Estate en transformación

56

Finanzas, retos e innovación

57

Pilares tecnológicos de los negocios

58

Educación como impulso de la innovación

59

Íconos que hacen crecer a México

60

COLUMNISTAS

Juan José Sierra Álvarez

Diálogo social: la fuerza que une y construye el futuro de México

06

Carlos Bonilla

JP Morgan revela lo que piensan los multimillonarios

12

Fernando A. Mora Guillén

Percepción y reputación incorporadas a la alta dirección

16

**MUJER
EJECUTIVA**

65

Balance y planificación en el emprendimiento **66**

El avance como punto de inflexión **68**

El futuro del cuidado en México **72**

Nutrición con propósito **76**

Protección en la época digital **78**

Liderazgo femenino y competitividad **80**



RANKING
ESPECIAL

¡Escanea el QR
y descarga la
revista ahora!



www.energiyahoy.com



CONOCE A LAS 30 EMPRESAS
DE ENERGÍA MÁS DESTACADAS:





JUAN JOSÉ
SIERRA ÁLVAREZ
Presidente Nacional
de COPARMEX

EL DIÁLOGO SOCIAL ES LA FUERZA QUE UNE Y CONSTRUYE EL FUTURO DE MÉXICO

En México estamos aprendiendo que el verdadero progreso no surge del enfrentamiento, sino del encuentro. Cuando Trabajadores y Empresarios se sientan a dialogar con visión de futuro, el país crece. Esa fue la esencia del histórico Encuentro de Sindicatos y Empleadores en el Estado de México, donde se firmó el Memorándum de Entendimiento para crear el Consejo Estatal, Social, Económico y Ambiental, un espacio permanente de colaboración que busca fortalecer el empleo formal, la justicia social, la sostenibilidad y la competitividad.

Este esfuerzo forma parte de un nuevo capítulo del diálogo social que estamos impulsando desde Coparmex. El pasado mayo, durante el Primer Encuentro Nacional de empresarios y representantes de los trabajadores, en la Coparmex reafirmamos la convicción de que el país necesita construir sobre la unidad, no sobre la división. Hoy esa visión se traduce en hechos: sindicatos y organismos empresariales que se reconocen como aliados en la misión común de generar desarrollo, bienestar y oportunidades.

El diálogo social no debe verse como una concesión, sino como una herramienta estratégica. En un entorno global donde el trabajo se redefine por la tecnología, la transición energética y los nuevos equilibrios comerciales del T-MEC, necesitamos instituciones que promuevan acuerdos sostenibles, que fortalezcan la confianza y que coloquen en el centro a las personas.

México tiene ante sí la oportunidad de aprovechar su posición geoeconómica para atraer inversión, relocalizar cadenas productivas y crear millones de empleos formales. Pero para lograrlo debemos hacerlo con justicia laboral, certeza jurídica y sostenibilidad. De nada sirve

el crecimiento si no va acompañado de empleos dignos, energía suficiente y seguridad para quienes producen y trabajan.

Por eso, el Consejo Estatal, Social, Económico y Ambiental del Estado de México representa mucho más que una firma en un documento. Es el punto de partida de una nueva cultura laboral: la que entiende que sólo el trabajo conjunto entre Gobierno, Trabajadores y Empleadores puede sostener un desarrollo incluyente y de largo plazo.

Durante el encuentro, coincidimos en tres grandes ejes: el T-MEC como motor de certidumbre y competitividad; el medio ambiente como pilar de la innovación y la sostenibilidad, y la agenda legislativa como base para fortalecer el Estado de Derechos. Estos temas, que pueden parecer distintos, se entrelazan en una misma idea: México necesita construir consensos, no fracturas.

La historia económica demuestra que los países que progresan son los que confían en su capacidad de diálogo. Cuando los sectores productivos se escuchan y trabajan juntos, se genera confianza; y la confianza es el cimiento de toda economía sólida y de toda democracia duradera.

El México que queremos no se impone: se construye entre todos. Un México donde los salarios dignos sean la mejor política social, donde la formalidad sea sinónimo de bienestar, y donde la colaboración entre quienes producen y quienes trabajan sea la fuerza que mueva al país hacia adelante.

El diálogo social no es un fin en sí mismo: es el medio para construir un México mejor, un país unido, competitivo y justo. Ese es el propósito que compartimos y el legado que queremos dejar. ➤

Belforno®

FOCACCERÍA RISTORANTE & VINO

Auténtica Cocina Italiana



Reservaciones: 5588486808 / 5588486812 / 📞 5578900620

Alfonso Reyes 108 esq. Puerto Real Col. Condesa

@belfornoristorante

@belfioreristorante

2026

NUEVOS CICLOS ECONÓMICOS

CYNTHIA MICHELLE HERNÁNDEZ

SE ESTIMA QUE EL PIB
DEL PAÍS CRECERÁ DE
1.8 A 2.8% EN 2026

En un entorno global marcado por la volatilidad económica, geopolítica y el reacomodo de las cadenas de valor, México entra a 2026 con un panorama que combina desafíos y oportunidades. El mercado nacional muestra señales de resiliencia, las inversiones continúan reconfigurando sectores clave y la política monetaria se acerca a un punto de inflexión. En este escenario, entender las tendencias que darán forma a la actividad económica será crucial para anticipar riesgos, identificar nichos de crecimiento y tomar decisiones financieras más informadas.

En el marco macroeconómico, México Cómo Vamos presentó un panorama optimista particularmente en lo referente al crecimiento económico. Para el cierre de este año se estima un crecimiento real del PIB entre 0.5 y 1.5% conforme el 2024. Para 2026 el rango estimado es



de entre 1.8 y 2.8% real; ambas cifras se visualizan por encima de los estimados internacionales y del propio Banco de México (Banxico).

De acuerdo con Precriterios 2026 de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público se espera que el Banco de México continúe bajando su tasa de interés de manera gradual, hasta llevarla a alrededor de 8.0% al cierre de 2025 y a 7.0% en 2026. Este movimiento sería posible gracias a que la inflación sigue acercándose al rango objetivo del banco central, la economía muestra más holgura y el crecimiento se mantiene moderado. Estos factores abren espacio para una política monetaria menos restrictiva.

Además, las expectativas de inflación, tanto a corto como a largo plazo, se mantienen estables, lo que indica menor presión sobre los precios y reafirma la posibilidad de seguir recorriendo la tasa.



En cuanto al tipo de cambio, el cierre de la moneda nacional giró alrededor de 20 pesos por dólar, lo que significa una depreciación de aproximadamente 1.5 pesos, u 8%, frente a la estimación del Paquete Económico 2025. Este movimiento estaría influido por la incertidumbre relacionada con posibles cambios en las políticas comerciales y fiscales de Estados Unidos, así como por el entorno financiero global.

Para este 2026, sin embargo, se espera que disminuya la volatilidad y que el peso recupere terreno de manera gradual, siguiendo patrones similares a los observados después de otros periodos de tensión en la relación comercial con Estados Unidos.

En 2025, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público en su entrega del Paquete Económico 2026 al Congreso de la Unión refirió que la proyección es que continúe la reducción gradual del déficit público, con una disminución acumulada de 1.6 puntos del PIB respecto a 2024. El objetivo de esta estrategia es mantener una trayectoria fiscal más equilibrada y favorecer la sostenibilidad de la deuda en el mediano plazo.

La recaudación tributaria se proyecta en 15.1% del PIB, nivel similar al observado en años recientes, mientras que el gasto público seguirá destinando tanto a programas sociales como a proyectos de infraestructura con impacto en la actividad económica.

El llamado Plan México contempla recursos equivalentes al 2.5% del PIB para inversión física, orientados a fortalecer sectores productivos y ampliar la infraestructura logística. Asimismo, se prevé que alrededor de 3% del PIB se canalice a programas sociales con cobertura a nivel nacional.



La inversión pública buscará complementar a la privada mediante obras enfocadas en mejorar la conectividad, reducir costos de transporte y atender rezagos de infraestructura. Entre los proyectos en curso están rutas ferroviarias para pasajeros, nuevas carreteras, modernización de autopistas, obras hídricas y programas de tecnificación agrícola, además del desarrollo de los llamados Polos del Bienestar para atraer inversión.

Para 2026, los Requerimientos Financieros del Sector Público (RFSP) se estiman en 4.1% del PIB, lo que representa una reducción de 1.6 puntos porcentuales frente a 2024 y un menor nivel respecto a la proyección de cierre de 2025. Con ello, la deuda pública mantendría una trayectoria estable, ubicándose alrededor de 52.3% del PIB, apoyada por una gestión orientada a mejorar su perfil de vencimientos y mitigar riesgos financieros.

En materia de ingresos, la Iniciativa de Ley de Ingresos plantea la eficiencia recaudatoria y ampliar la base de contribuyentes mediante herramientas digitales y medidas de vigilancia para reducir la evasión y elusión fiscal. Se estima que los ingresos tributarios alcanzarán 15.1% del PIB en el presente año sin requerir nuevos impuestos generales. También

se contemplan ajustes fiscales selectivos en comercio exterior, así como modificaciones a gravámenes relacionados con bebidas azucaradas, tabaco y videojuegos con contenido violento.

Asimismo, BBVA México sugiere una recuperación hacia un crecimiento de 1.2% para este año que inicia. Si ese crecimiento general se materializa, parte de ese impulso podría reflejarse en la industria manufacturera y sectores productivos vinculados al comercio internacional, principalmente por un posible resurgimiento del nearshoring.

Esto podría traducirse en una recuperación de la producción industrial: después de la caída anual de 2.4% que registró la manufactura en febrero de 2025. Si las condiciones internacionales mejoran (demanda externa, estabilidad en costos, exportaciones), es razonable esperar una variación positiva en torno a 1 a 3% anual en algunos subsectores manufactureros.

Adicionalmente, sectores como la construcción podrían beneficiarse de inversión pública o privada, ya sea en infraestructura, vivienda u obras de logística, lo que aumentaría la demanda de bienes intermedios, materiales y mano de obra, generando un efecto multiplicador sobre la producción industrial.

Así con una inflación moderada y una política monetaria que permita tasas más accesibles, la inversión fija y en capital productivo podría recuperarse parcialmente, incentivando modernización y expansión de plantas industriales, lo que resumidamente impulsa el empleo formal en manufactura y producción.

Además, se proyectó que México cerraría 2025 con un desempeño histórico en materia de Inversión Extranjera Directa (IED). Tan sólo en los primeros nueve meses del año pasado, los flujos superaron los 40 mil millones de dólares, impulsados principalmente por la relocalización de cadenas de suministro, el crecimiento del sector manufacturero y la mayor apuesta de empresas globales por el mercado mexicano.

En el 2024 el Consejo Empresarial Mexicano de Comercio Exterior (Comce) estimó que la IED podría alcanzar 48 mil millones de dólares, una cifra que no sólo consolidaría la tendencia ascendente de los últimos años, sino que también reflejaría la confianza que inversionistas internacionales mantienen en el país. Este monto proyectado implicaría un incremento

significativo frente a los niveles promedio observados en la última década y reforzaría el papel de México como uno de los destinos más atractivos para el capital productivo en América Latina.

Si estas estimaciones se materializan, este 2026 sería un año clave para la industria, fortalecer la infraestructura y acelerar la integración de México en las cadenas globales de valor, especialmente en sectores como automotriz, semiconductores, energías limpias y dispositivos médicos.

La moderación fiscal, el avance de los proyectos de infraestructura, la recuperación gradual del consumo interno y la continuidad del impulso del nearshoring ofrecen una base para un crecimiento más equilibrado. Los datos apuntan a que 2026 será de ajustes, pero también de oportunidades.

Si la inversión mantiene su rumbo y se fortalecen las condiciones de certidumbre, México podría consolidar un entorno económico más estable y atractivo para el desarrollo productivo en el mediano plazo. 📌



ULINE

COLECCIÓN METROPOLITANA

ORDENE ANTES DE LAS 6 PM
PARA ENVÍO EL MISMO DÍA

MAMPARAS DIVISORIAS

ARCHIVEROS

AMPLIO CATÁLOGO 800-295-5510 uline.mx



CARLOS BONILLA
Licenciado en Periodismo
y Comunicación Colectiva
por la UNAM y Maestro
en Relaciones Públicas
por el CADEC. Preside el
Consejo Consultivo de la Red
Mundial de Comunicación
Organizacional

JP MORGAN REVELA LO QUE PIENSAN LOS MULTIMILLONARIOS

Un documento elaborado por el influyente banco de inversión JP Morgan, titulado "Informe sobre los principales debates: una visión poco habitual de las perspectivas de las familias más ricas del mundo en 2025", muestra datos interesantes.

Los 111 multimillonarios de 28 países y más de 15 sectores dieron información sobre el destino de sus inversiones y los motivos de sus preocupaciones, con lo cual ofrecieron una visión de cómo se gestiona la riqueza duradera a lo largo de generaciones, comunidades y continentes.

En un mundo lleno de noticias relacionadas con guerras comerciales y territoriales, así como un ambiente de incertidumbre de las economías, resulta pertinente saber qué piensan 111 de las familias más influyentes del mundo sobre cómo se redefine la riqueza, la inversión y el legado en un entorno global de transformación constante.

El 90 por ciento de los encuestados afirma que la verdadera riqueza está en el tiempo, la salud y las relaciones, para tener una vida significativa, no sólo el dinero. El 85 por ciento define el éxito como ayudar a los demás y liderar con valores.

Entre los encuestados de América Latina, la riqueza familiar representa más que la herencia, ya que forma parte de un legado que está evolucionando activamente y en transición entre generaciones.

Para 2025, las familias más ricas del mundo se centran en la diversificación de inversiones, la gestión de riesgos y, cada vez más, en el legado y la sostenibilidad, navegando en un panorama económico global de crecimiento moderado e incertidumbre.

En lo que se refiere a las perspectivas económicas y de Inversión, éstas son las conclusiones del informe:

Crecimiento Económico Moderado. Aunque se prevé una desaceleración del crecimiento global a alrededor del 3% en 2025, las economías emergentes, especialmente los BRICS, se perfilan como motores de expansión, con proyecciones de crecimiento más altas que las economías avanzadas.

Enfoque en Activos Tangibles y Tecnología.

Las carteras de inversión muestran una fuerte inclinación hacia sectores tecnológicos clave como la inteligencia artificial (IA), los semiconductores, y también hacia la defensa. La apreciación de los bienes raíces y las carteras de acciones también ha sido un factor importante en el crecimiento de la riqueza.

Diversificación y Optimización Fiscal. La diversificación de activos y la optimización de las estructuras fiscales son preocupaciones primordiales para las familias con un patrimonio muy elevado.

Retos en la Gestión de Inversiones. Identifican desafíos en la supervisión de sus inversiones y la mitigación de riesgos en un entorno volátil.

PREOCUPACIONES DE LOS ENCUESTADOS

Gestión del Legado. Las familias ricas están redefiniendo y dando un mayor peso al legado, enfocándose en la sostenibilidad y la planificación a largo plazo para las próximas generaciones. La institucionalización de las empresas familiares se considera clave para el crecimiento y la continuidad.

Filantropía e Impacto Social. Aunque los resultados del informe no lo detallan extensamente, el énfasis en el legado sugiere un creciente interés en la filantropía y las inversiones de impacto.

Sucesión. Con una nueva generación de multimillonarios emergiendo, tanto por herencia como por emprendimiento, la planificación de la sucesión y la integración de las nuevas generaciones en los negocios familiares son temas relevantes.

En resumen, las familias más ricas no sólo buscan preservar su riqueza, sino también expandirla a través de inversiones estratégicas en sectores de vanguardia, mientras abordan desafíos complejos relacionados con la gestión de riesgos y la planificación de su impacto a largo plazo, así como en el aprovechamiento del tiempo, la salud y las relaciones, no solo el dinero. Aprecian el ayudar a los demás y liderar con valores. ➔

LA DESCARBONIZACIÓN QUE SÍ FUNCIONA EMPIEZA EN LA PLANTA

Durante años, la descarbonización industrial se incorporó a la agenda empresarial principalmente como una obligación que implicaba inversiones necesarias, cumplimiento normativo, reportes y metas ambientales por alcanzar. En ese camino, la descarbonización se convirtió en algo ajeno a la operación diaria de una planta.

No es extraño, entonces, que muchas organizaciones la entendieran como “un esfuerzo extra” frente a la presión constante por producir más, cumplir plazos y mantener los costos bajo control.

Hoy, la conversación está cambiando. Cuando la descarbonización se aborda desde los sistemas energéticos, las utilities y el control de la operación, deja de ser un objetivo aislado y se convierte en una consecuencia natural de hacer mejor las cosas: operar con mayor eficiencia, menor riesgo y mayor capacidad de crecimiento.

Este cambio de enfoque es especialmente relevante en sectores intensivos en energía. En México, la industria de Alimentos y Bebidas concentra cerca del 61% del consumo energético del sector industrial y genera alrededor del 20% de las emisiones de gases de efecto invernadero.

En este contexto, cualquier mejora en los sistemas energéticos, en el uso del agua y en la operación diaria tiene un impacto directo tanto en el desempeño ambiental como en la competitividad del negocio. Y entonces surge la pregunta del millón: ¿cómo descarbonizar las industrias sin poner en riesgo la operación?

Desde nuestra experiencia como empresa de soluciones medioambientales para la industria, trabajamos con una planta de bienes de consu-

CUALQUIER MEJORA EN LOS SISTEMAS ENERGÉTICOS TIENE UN IMPACTO DIRECTO EN LA COMPETITIVIDAD DEL NEGOCIO

GABRIELA MONTEMAYOR,
BUSINESS DEVELOPER SR. ENERGÍA
DE VEOLIA EN MÉXICO

mo masivo del sector Alimentos y Bebidas en México. El objetivo no era “descarbonizar por descarbonizar”, sino construir un camino realista que permitiera cumplir metas ambientales sin comprometer la expansión productiva.

En este tipo de proyectos no existen soluciones genéricas. La clave está en intervenir donde realmente se consume energía y recursos. Para ello, es indispensable un plan diseñado a la medida de la operación, con proyectos concretos de reducción de emisiones alineados a la realidad productiva y a las prioridades del negocio.

Muchos podrían pensar que el punto de partida es instalar tecnología nueva. Sin embargo, el primer paso es entender profundamente el funcionamiento y la operación de las utilities. Sistemas que suelen operar en segundo plano, calderas, compresores, sistemas HVAC y plantas de tratamiento de aguas residuales, pero que definen costos, la confiabilidad y la huella ambiental de la instalación.

A partir de ahí, el monitoreo continuo se volvió crítico. Medir consumos eléctricos en tiempo real, establecer líneas base confiables y definir indicadores de desempeño permite tomar decisiones con información precisa. Cuando se mide bien,

la eficiencia deja de ser un discurso y se convierte en una variable gestionable y controlable.

Los resultados explican por qué una descarbonización bien diseñada es, en realidad, un acelerador del negocio. La optimización de consumos, el mantenimiento preventivo y mejores controles operativos, permitieron generar más de mil 600 millones de pesos en ahorro operativo.

La mayor confiabilidad de los sistemas respaldó la expansión productiva y aceleró los tiempos de comercialización. Al mismo tiempo, se aseguró el cumplimiento de la normativa local en materia de tratamiento y vertido de aguas residuales, reduciendo riesgos operativos y reputacionales.

En industrias de alto volumen, alta rotación y exigencias logísticas, esta capacidad marca realmente la diferencia: reduce riesgos regulatorios y fortalece la operación frente a auditorías y estándares de comercio internacional cada vez más estrictos.

La descarbonización en este caso fue el resultado de una operación mejor diseñada, mejor mantenida y mejor controlada. No fue un sacrificio, sino una consecuencia.

Hablar de net zero puede sonar lejano para muchas plantas industriales. Pero cuando se traduce en proyectos concretos de reducción de emisiones, alineados a la realidad de cada operación, se convierte en una hoja de ruta clara y alcanzable.

En Veolia, nuestra experiencia como aliados estratégicos nos demuestra que la competitividad futura de la industria depende, cada vez más, de cómo se produce. La pregunta que hoy deberían hacerse las empresas es si pueden permitirse no avanzar en esta dirección. ➤



MOTORES PARA EL CRECIMIENTO



LA INDUSTRIA DE VEHÍCULOS COMERCIALES ATRAVIESA UN MOMENTO DE REDEFINICIÓN GLOBAL

CYNTHIA MICHELLE HERNÁNDEZ

Tras un 2023 marcado por una actividad inusualmente alta, impulsada por precompras aceleradas y un entorno económico optimista, el mercado comenzó a mostrar señales de desaceleración hacia el cierre del año. En este contexto, México se consolida como una pieza estratégica para International, tanto por su capacidad industrial como por el dinamismo de su mercado interno.

En entrevista exclusiva, Mathias Carlbaum, CEO de International, ofrece una visión realista y a la vez optimista sobre la evolución del sector, el rol de México dentro de la estrategia corporativa y los ejes que marcarán el futuro de

la industria, particularmente en innovación, electrificación y sostenibilidad.

Reconoció que la industria vive una desaceleración natural tras un año excepcionalmente fuerte. “Vimos un nivel altísimo el año pasado. La economía pintaba muy favorable, pero hacia finales comenzamos a ver que se suavizaba un poco”.

Además del ajuste económico, el CEO recordó que el mercado experimentó un fenómeno puntual: las compras anticipadas de vehículos antes de la entrada en vigor de nuevas regulaciones de emisiones. Ese adelanto generó un pico atípico en la demanda del 2023 y un efecto en 2024.

A esto se suman factores globales como la incertidumbre económica, cautela empresarial y ciclos de inversión más lentos. Sin embargo, el directivo descartó un estancamiento prolongado, pues la necesidad de renovación de flotas y la oferta tecnológica actual de la compañía apuntan hacia un rebote inminente.

“Creemos que esto es un valle pasando por ahora. Ya empezamos a ver perspectivas más prometedoras para el año que viene, pues los clientes tienen trabajo, tienen operaciones, pero están cautelosos a ver qué va a pasar antes de volver a invertir”.

MÉXICO: UNA BASE INDUSTRIAL ESTRATÉGICA

Para la estrategia global de International, México juega un rol fundamental, en la Expo Transporte 2025, que se realizó en Guadalajara, Jalisco, destacaron que el país se ha convertido en un centro de producción clave para abastecer a mercados locales, regionales e internacionales, especialmente ante la reconfiguración de cadenas productivas provocada por el nearshoring por lo que seguirán apostado por el país.

Es así que la marca presentó el nuevo HV con tren motriz integrado S13, que ofrece mayor torque, mejor rendimiento de combustible y una durabilidad superior, además de cumplir con la norma EPA para fortalecer su presencia en Colombia, Chile y Puerto Rico. También lanzó el autobús SCD con motor Cummins B6.7, la serie MV y la línea CT para reparto de última milla.

Con una inversión de 25 millones de dólares, la empresa los empleo en el modernizado de sus procesos, reforzando la capacitación y avanzado hacia su red CASA International, que suma más de 90 puntos de venta para el servicio especializado, inventario de refacciones y talleres equipados.

Asimismo, incorporó la Torre de Control que monitorea en tiempo real 28 mil unidades para optimizar consumo, anticipar mantenimientos y mejorar la seguridad y experiencia de los operadores mediante soporte permanente.

“México es estratégico a nivel industrial. Es un mercado grande y que

seguirá creciendo. Además se va profesionalizando cada vez más” destacó Carlbaum.

TIERRAS MEXICANAS COMO LABORATORIO DE INNOVACIÓN

Para International, México no sólo es un mercado grande, sino un entorno donde la innovación es adoptada con rapidez. Esta apertura ha permitido que el país se convierta en un espacio de prueba para soluciones antes de llevarlas a Estados Unidos u otros mercados.

El avance en digitalización, telemetría, servicios conectados y soluciones basadas en datos es especialmente acelerado. Carlbaum enfatizó que la colaboración con distribuidores y clientes ha sido clave: “Entramos con ojos abiertos, hablamos de expectativas y si hay desvíos los corregimos juntos”.

El desafío mayor, sin embargo, está en la operación de los camiones, donde se concentra el verdadero impacto ambiental del sector. Los directivos de International destacaron que ya existen avances visibles: los motores actuales permiten reducir la huella más de 10% de forma inmediata, y las tecnologías futuras acelerarán ese cambio.

Aunque International no anticipa una adopción masiva de camiones eléctricos en el corto plazo, sí visualiza un punto de inflexión claro. “Estoy convencido de que el futuro va a ser el

eléctrico. ¿Será mañana?, no, pero pasado mañana, sí”, sostiene el CEO.

La transición implicará desarrollar infraestructura de carga para distancias largas, optimizar costos de operación y trabajar en conjunto con autoridades y clientes. Para rutas regionales ya existen pilotos avanzados y el ritmo de aprendizaje es acelerado.

Carlbaum señaló que la transición tecnológica no se limita al tren motriz. La mayor revolución, afirma, vendrá del software y el manejo de datos. “Hoy en el grupo Traton tenemos más ingenieros de software que de otras tecnologías. El vehículo definido por software es el centro”.

La visión es crear un ecosistema en el que vehículo, distribuidor, cliente y usuario final compartan datos para generar eficiencia, reducir costos y optimizar rutas y mantenimientos para traer más eficiencia no sólo en el producto, sino en todo el ecosistema de transporte y logística. México será nuevamente uno de los primeros mercados donde se prueben estas soluciones, tanto en distribuidores como en próximas generaciones de productos.

Para concluir, Mathias Carlbaum, CEO de International, subrayó el firme compromiso de la compañía con México, al reconocerlo como una plataforma estratégica, un mercado receptivo a la innovación y un aliado fundamental para impulsar la evolución de la industria del transporte. »



“México es estratégico a nivel industrial, es un mercado que seguirá creciendo. Además, se va profesionalizando cada vez más”
Mathias Carlbaum,
CEO de International



**FERNANDO
A. MORA GUILLÉN**

Maestro en Comunicación
Institucional por la Universidad
Panamericana

X: @FernandoMoraG

Facebook: Fernando Antonio
Mora

Instagram: fernando_amg

LinkedIn:

Fernando Mora Guillén

PERCEPCIÓN Y REPUTACIÓN INCORPORADAS A LA ALTA DIRECCIÓN

En un entorno empresarial complejo y cambiante, la gestión de la reputación y la percepción, se ha convertido en un factor clave para el éxito de las corporaciones. En México, la incorporación de la figura del director de Percepción, o director de Reputación, en los puestos directivos corporativos, es fundamental para tener una visión más amplia de las estrategias, a mediano y largo plazo, de las corporaciones.

La percepción y la reputación, son activos intangibles valiosos, para cualquier corporación. La forma en que los clientes, empleados, proveedores, y otras audiencias de intereses, perciben a la empresa, puede influir en su comportamiento y decisiones.

Una buena reputación, puede atraer a los mejores talentos, aumentar la lealtad de los clientes, y mejorar la relación con los inversores.

El director de Percepción o de Reputación, es responsable de gestionar y salvaguardar, la buena marca de la corporación, y de anticipar los cambios en el entorno político, social, y cultural, que puedan afectar la imagen de la empresa.

PRINCIPALES FUNCIONES

- Analizar la percepción de la corporación en el mercado, y en la sociedad.
- Identificar los riesgos y oportunidades para la reputación de la empresa.
- Desarrollar estrategias, para mejorar la percepción y la reputación de la corporación.

- Comunicar de manera efectiva la visión, y los valores de la empresa, a las audiencias de interés.

BENEFICIOS DE SU INCORPORACIÓN

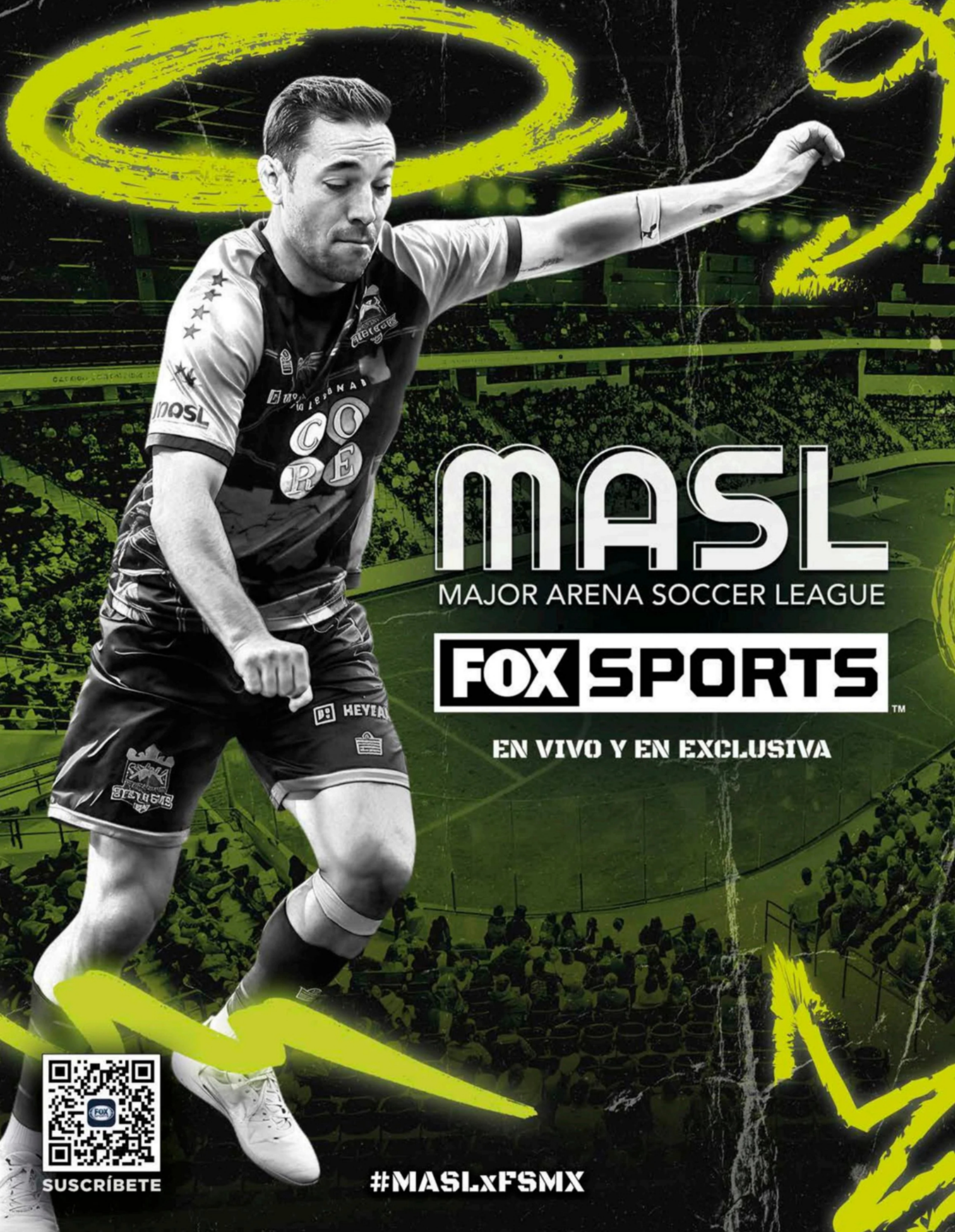
- Mejorar la gestión de la reputación, y la percepción de la corporación.
- Anticipar y mitigar riesgos potenciales, para la reputación de la empresa.
- Aumentar la confianza y la lealtad de las audiencias.
- Mejorar la toma de decisiones estratégicas de la corporación.

En México, la incorporación de este personaje dentro de las empresas representa diversos desafíos.

La falta de conciencia sobre la importancia de la gestión de la reputación, y la percepción; la resistencia al cambio, en las estructuras organizativas tradicionales; la necesidad de desarrollar habilidades y competencias específicas, para este rol.

Sin embargo, también hay oportunidades, para que las corporaciones mexicanas, se adelanten a la competencia, y establezcan una ventaja competitiva en el mercado.

La incorporación de la figura del director de Percepción o director de Reputación, es fundamental para las corporaciones mexicanas que buscan mejorar su gestión de la reputación, y la percepción de marca, y tomar decisiones estratégicas informadas. Al anticipar y mitigar riesgos potenciales, y aprovechar oportunidades, las corporaciones pueden mejorar su posición en el mercado, y aumentar su valor a largo plazo. ➡



MASL

MAJOR ARENA SOCCER LEAGUE

FOX SPORTS

TM

EN VIVO Y EN EXCLUSIVA



SUSCRÍBETE

#MASLxFSMX

GIMNASIOS EN EVOLUCIÓN

INDUSTRIA FITNESS GENERA INGRESOS ANUALES DE 38 MIL MDP Y EMPLEA DIRECTAMENTE A 70 MIL PERSONAS: CONCANACO SERVYTUR

ROSA MARÍA VERJÁN

Durante las últimas dos décadas, la industria del fitness ha experimentado una transformación notable a nivel global, y Latinoamérica no ha sido la excepción. Aunque la región representa una proporción menor del mercado mundial, su dinamismo y el creciente interés por la salud preventiva han impulsado la apertura de gimnasios, estudios boutique y espacios deportivos en centros urbanos y ciudades intermedias.

De acuerdo con la International Health, Racquet & Sportsclub Association (IHRSA), América Latina cuenta con cerca de 65 millones de usuarios activos en gimnasios. Países como Brasil, México, Argentina y Colombia destacan por su volumen y ritmo de crecimiento. Si bien el mercado aún se considera en desarrollo, su tasa de expansión supera en varios casos el promedio global, particularmente después de la pandemia, cuando el ejercicio físico y el bienestar emocional adquirieron un mayor valor percibido.

El crecimiento del sector en la región se da en un contexto de alta fragmentación. La mayoría de los gimnasios son pequeños o medianos, operados por emprendedores locales y, en muchos casos, con estructuras familiares. Sin embargo, en los últimos años ha comenzado un proceso de consolidación liderado por cadenas regionales y operadores internacionales que buscan escalar modelos replicables, sobre todo en ciudades con más de 500 mil habitantes.

Otro rasgo característico del mercado es la alta sensibilidad al precio. Muchos operadores compiten en el segmento de bajo costo, lo que en ocasiones implica sacrificar calidad de servicio, tecnología o mantenimiento. En contraste, han ganado terreno los estudios boutique, enfocados en nichos como entrenamiento funcional, cross-training, yoga o cycling. Estas propuestas apelan a una clase media-alta joven, con capacidad de pago y fuerte presencia en redes sociales.

Esta polarización, entre gimnasios de bajo costo y centros premium especializados, refleja una dualidad típica de los mercados

emergentes: un crecimiento cuantitativo sin una consolidación homogénea de estándares.

EQUIPAMIENTO Y RETENCIÓN DE USUARIOS

Un factor crítico en la operación de los gimnasios es el mobiliario y la calidad del equipamiento. Según datos de Fitness Corp, hasta un 50% de los nuevos afiliados abandona su membresía antes de cumplir tres meses.

Gustavo Rosas Sámano, director asociado de la empresa, identifica tres razones principales detrás de este abandono:

- **Falta de motivación o acompañamiento personalizado.** La ausencia de seguimiento individualizado o entrenadores que inspiren compromiso debilita la adherencia.
- **Instalaciones saturadas o en mal estado.** “Los horarios pico, la falta de mantenimiento o equipos obsoletos generan incomodidad, frustración y desmotivación”, explica.
- **Mala distribución del equipo.** Cuando el mobiliario no está organizado por zonas (cardio, fuerza, funcional, estiramiento), los usuarios no saben dónde entrenar ni cómo estructurar su rutina, lo que desincentiva su permanencia.

Más allá de la cantidad de máquinas, el diseño del espacio y la disposición del equipamiento influyen directamente en la experiencia del usuario. Un gimnasio bien planeado no sólo mejora el flujo de personas durante las horas pico, sino que también reduce la sensación de saturación y mejora la percepción de orden y profesionalismo. Este aspecto, aunque a menudo subestimado, puede marcar la diferencia entre una experiencia frustrante y una motivadora, especialmente para quienes se están iniciando en el entrenamiento físico.



Además, la tecnología incorporada en el equipamiento moderno puede ser un factor diferencial para los usuarios más exigentes. Equipos con pantallas interactivas, conectividad con apps de fitness o sistemas de medición de rendimiento en tiempo real aportan una capa adicional de personalización que responde a la demanda actual de seguimiento y resultados tangibles.

En este sentido, la inversión en equipamiento actualizado no solo mejora la operación diaria, sino que se convierte en una herramienta de fidelización en un mercado donde la retención es uno de los principales retos.

DIGITALIZACIÓN: UNA TENDENCIA IRREVERSIBLE

La pandemia aceleró la transformación digital del sector. En América Latina, la adopción de entrenamientos virtuales, clases en línea y plataformas móviles creció notablemente, especialmente en países con mayor penetración de internet y uso de smartphones.

Hoy, muchos gimnasios operan bajo un modelo híbrido: combinan clases presenciales con rutinas digitales, asesoría nutricional a distancia y sistemas de monitoreo remoto. Este cambio estructural no responde solo al confinamiento, sino a una demanda sostenida por parte del usuario actual: flexibilidad, eficiencia y personalización.

Dentro del panorama latinoamericano, México se consolida como un mercado clave para la industria del bienestar. El país alberga una infraestructura considerable, con una base activa de aproximadamente 4.5 millones de usuarios distribuidos en más de 12 mil centros deportivos (formales e informales).

Si bien las grandes urbes como la Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey y Tijuana concentran históricamente la mayor parte de estas instalaciones, se observa una tendencia de expansión hacia ciudades intermedias y zonas suburbanas, impulsada por el modelo de franquicias y operadores regionales.

A pesar de este volumen, persisten retos relacionados con los hábitos de ejercicio de la población. De acuerdo con el Módulo de Práctica Deportiva y Ejercicio Físico (MOPRADEF) del Inegi, en 2024 sólo el 41.1% de la población urbana mayor de 18 años reportó realizar actividad física regular. Aunque esta cifra refleja un ligero incremento respecto al año anterior (39.8%), más de la mitad de la población se mantiene sedentaria.

Las diferencias por género también son notables: el 46% de los hombres se ejercita regularmente, en contraste con el 36.8% de las mujeres. Un dato crucial para el sector salud es que únicamente el 64.2% de los activos cumple con el nivel de actividad recomendado para obtener beneficios sanitarios significativos. En términos de dedicación, los hombres activos dedican en promedio 6 horas y 2 minutos semanales al ejercicio, mientras que las mujeres destinan 5 horas y 9 minutos.

La escasez de tiempo emerge como la barrera principal, tanto para iniciar como para abandonar el ejercicio, mencionada por el 42.3% y el 47.6% de los encuestados, respectivamente. Este obstáculo subraya la necesidad de que los gimnasios ofrezcan soluciones que se adapten a la complejidad de las agendas urbanas, incluyendo horarios flexibles o formatos de entrenamiento más eficientes.



4.5 MILLONES
Base estimada de
usuarios activos en
el país.

+12,000
▶ Cantidad de
centros deportivos
(formales e
informales) en
operación.

A pesar del dinamismo, los desafíos siguen siendo importantes. El índice de deserción continúa alto, y muchos usuarios abandonan el entrenamiento formal en los primeros meses. A esto se suman problemas logísticos, rotación de personal, escasez de entrenadores certificados y marcos regulatorios poco definidos para la operación de centros deportivos.

Sin embargo, el contexto también presenta oportunidades. Cada vez más empresas incorporan programas de bienestar en sus políticas de recursos humanos, lo que abre un mercado en el segmento B2B. Además, la demografía joven de la región constituye una base sólida para sostener la demanda en el largo plazo.

LA CLAVE ESTÁ EN EL VALOR

En este panorama de contrastes, donde la tecnología avanza rápidamente y el desafío de la retención persiste, el futuro del sector en Latinoamérica no radicará únicamente en el aumento de infraestructura o en la guerra de precios. La verdadera ventaja competitiva se concentrará en la gestión estratégica del valor percibido por el usuario.

El éxito de los operadores dependerá de su capacidad para:

- **Integrar el ecosistema híbrido. Ir más allá de simplemente ofrecer una clase en línea.** Se trata de fusionar la experiencia presencial, equipamiento de calidad, diseño de espacio eficiente, con la digital, personalización, seguimiento de progreso y coaching virtual, creando un servicio cohesionado que justifique la cuota de membresía.
- **Profesionalizar el talento humano.** El factor humano es el principal motor de la retención, como bien lo señalaba Rosas Sámano. Invertir en la certificación continua de entrenadores y en la creación de una cultura de acompañamiento personalizado y motivador, transforma al gimnasio de un simple proveedor de espacio a un socio en la salud del cliente.
- **Segmentación inteligente.** Aunque el mercado es sensible al precio, existe una demanda creciente por soluciones especializadas. Los operadores que logren identificar nichos rentables, rehabilitación deportiva, bienestar corporativo, tercera edad, etcétera, y ofrezcan un servicio de alta calidad enfocado, podrán desmarcarse de la competencia de bajo costo.
- **La industria del fitness en Latinoamérica se encuentra en una fase crucial de madurez.** El crecimiento cuantitativo ya ocurrió; la siguiente etapa exige consolidación cualitativa.

Para los inversionistas y emprendedores, el mensaje es claro: si bien los mercados emergentes seguirán atrayendo capital, sólo aquellas propuestas que logren balancear la inversión en equipamiento y tecnología con la excelencia en el servicio humano y la eficiencia operativa serán sostenibles a largo plazo.

Dejar de ver la retención como un problema y empezar a verla como la métrica fundamental de un servicio bien ejecutado, será el pilar sobre el cual se construirá la nueva generación de líderes en el bienestar regional. La salud ya no es una moda, sino un motor económico, y el sector del fitness está listo para asumir ese rol protagónico en la economía latinoamericana. ➤

BIENESTAR QUE REDUCE FALTAS

LA PRODUCTIVIDAD NO SE PIERDE
SÓLO POR LA AUSENCIA, SINO
TAMBIÉN POR EL PRESENTISMO, QUE
ES EL ACTO DE ASISTIR AL TRABAJO
CON UN RENDIMIENTO REDUCIDO

ROSA MARÍA VERJÁN

El ausentismo laboral representa uno de los drenajes de productividad más significativos y, a menudo, subestimados en el entorno empresarial. Para las compañías, particularmente en un mercado tan dinámico como el mexicano, este fenómeno va más allá del simple cálculo de días perdidos.

Genera un costo directo por la necesidad de reemplazar la mano de obra o pagar horas extra, y, más importante aún, impone costos indirectos críticos, tales como la disminución de la calidad, sobrecarga y desmotivación del personal presente, retrasos en la producción y un palpable deterioro del clima organizacional.

EL PANORAMA MEXICANO

Diversos estudios señalan que el ausentismo en México puede oscilar, en promedio, entre el 8 y el 12% del tiempo total de la jornada laboral anual, con variaciones significativas según el sector y el tipo de puesto.

El Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) procesa anualmente millones de días de incapacidad temporal, siendo las enfermedades comunes y los riesgos de trabajo las principales causas documentadas. De esta cifra, de acuerdo con el mismo instituto, a nivel nacional, la cifra de casos de riesgo de trabajo que provocaron incapacidad temporal generalmente supera los 500 mil casos al año.

Sin embargo, la mayor preocupación para la alta dirección y para la gestión de Recursos Humanos reside en la naturaleza del ausentismo evitable o crónico. Este a menudo no está ligado a una enfermedad grave, sino que es un síntoma directo de un problema más profundo: el estrés laboral, el burnout y el bajo compromiso.

La implementación de la NOM-035-STPS sobre Factores de Riesgo Psicosocial subraya la urgencia de abordar estos elementos. Los costos de no hacerlo se traducen en una mayor propensión de los empleados a enfermarse o a buscar excusas para faltar, impactando negativamente las finanzas de la organización. La productividad no se pierde sólo por la ausencia, sino también por el presentismo, que es el acto de asistir al trabajo con un rendimiento reducido debido a la enfermedad o el agotamiento.

BIENESTAR COMO RETORNO DE INVERSIÓN

Superar la reducción del ausentismo requiere abandonar la visión meramente punitiva y adoptar un enfoque de prevención basado en el bienestar integral. El área de RR.HH. debe posicionar la salud y el bienestar del empleado como un activo estratégico y no como un gasto marginal. Cada día de trabajo recuperado por una mejor salud mental o física se traduce directamente en un Retorno de Inversión (ROI) claro.

La inversión debe enfocarse en pilares que mitiguen las causas raíz de las faltas:

SALUD FÍSICA Y MENTAL PROACTIVA

Ir más allá del seguro médico obligatorio. Esto incluye facilitar el acceso a plataformas de telemedicina, coaching nutricional y, fundamentalmente, apoyo psicológico y emocional. La salud mental es la causa subyacente de muchas faltas injustificadas o crónicas. Un programa de wellness estratégico demuestra un compromiso genuino con el colaborador y reduce la necesidad de bajas prolongadas por agotamiento o crisis de estrés.

El informe Salud Digital en el Trabajo: Hacia un bienestar integral que elaboró la empresa especializada en ecosistemas de salud digital DOC24, en México, 4 de cada 10 trabajadores reportaron haber experimentado alguna condición de salud mental en 2024 y el 82% reconoce un impacto negativo del estrés laboral en su vida personal.

LIDERAZGO Y CULTURA DE CONFIANZA

El ausentismo es, a menudo, un síntoma de un problema de liderazgo deficiente y baja cultura de compromiso. Los líderes deben ser capacitados para identificar las señales de alerta de burnout, fomentar la comunicación abierta y crear un ambiente donde el empleado se sienta valorado. Cuando existe confianza, el empleado es más honesto y responsable respecto a sus faltas.

INCENTIVOS ANTIAUSENTISMO

En la era actual, la autonomía sobre cómo y cuándo se cumplen las responsabilidades se ha convertido en un poderoso antídoto contra el ausentismo, especialmente frente a la principal barrera reportada en estudios: la falta de tiempo, ligada a traslados urbanos y obligaciones personales.



HORARIOS FLEXIBLES

Implementar un rango de entrada y salida permite al colaborador manejar compromisos personales, citas médicas o gestiones escolares sin necesidad de solicitar un día libre completo. Esta adaptación a la realidad urbana es un gesto de respeto que se traduce en lealtad y mayor asistencia.

GESTIÓN BASADA EN OBJETIVOS

Desplazar el foco del tiempo de permanencia en la oficina al logro de objetivos y resultados. Si la productividad se mide por el valor entregado y no por las horas silla, la tentación de simular enfermedad o de ausentarse por falta de motivación disminuye drásticamente. El empleado, al tener control sobre su método de trabajo, aumenta su sentido de responsabilidad.

EL ROL DE LA TECNOLOGÍA

La implementación de herramientas digitales permite a las empresas pasar de una gestión reactiva, que solo castiga o documenta la falta, a una gestión proactiva e inteligente.

Las plataformas modernas de Recursos Humanos permiten a los empleados gestionar sus solicitudes de días libres o vacaciones de manera transparente y eficiente. Esto reduce el conflicto administrativo y asegura que las ausencias se planifiquen con antelación, minimizando el impacto operativo de las faltas inesperadas.

Durante años, las organizaciones han invertido millones en sistemas financieros capaces de anticipar riesgos con exactitud; sin embargo, en el área que sostiene los resultados, talento humano, operan con una venda en los ojos y métricas incompletas.

Leopoldo Ocaña, CoFounder y CEO de Fleet, asegura que “las empresas toman decisiones estratégicas sobre su gente con una visión limitada. Esa falta de claridad afecta al desempeño, ingresos y estabilidad operativa. Recursos Humanos dejó de ser simple administración y se convirtió en un centro de inteligencia que anticipa riesgos y alinea habilidades al contar con datos confiables”.

Por su parte, Haydeé Jaime, Content Strategy Manager de Pandapé, refiere que “el talento laboral y las organizaciones viven uno de los momentos más desafiantes de las recientes décadas. Por ejemplo, las decisiones ya no pueden basarse únicamente en intuiciones o antecedentes; hoy, se requieren evidencias claras sobre la forma en que una persona piensa, aprende y se adapta. Cuando las empresas comprenden estas señales con base científica, construyen vínculos laborales más coherentes, sostenibles y humanos”.

La reducción del ausentismo no es un tema de vigilancia o ‘represión’, sino de diseño inteligente del entorno laboral y de la comprensión de que el bienestar del empleado es un indicador líder de la productividad organizacional.

Al invertir estratégicamente en la salud integral, ofrecer flexibilidad y utilizar la tecnología para un monitoreo proactivo, las empresas no solo mitigan un costo operativo significativo, sino que construyen una cultura de compromiso y valor que asegura la sostenibilidad y la competitividad en el mercado mexicano. »

DOS MEDIOS, UNA MISMA VISIÓN.

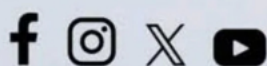
ENERGÍA HOY Y GREENTOLOGY TE ACERCAN LO MEJOR EN
ENERGÍA, SOSTENIBILIDAD E INNOVACIÓN.



Greentology™
The green side of business



energía hoy®



VISITA NUESTROS SITIOS Y DESCARGA LAS EDICIONES.

www.smartmediagroup.lat

EL COSTO DEL DESCUIDO

EN EL PAÍS SE REGISTRA MILES DE RIESGOS
DE TRABAJO ANUALMENTE, CON CIFRAS QUE
SUPERAN LOS 400 MIL ACCIDENTES LABORALES

CYNTHIA MICHELLE HERNÁNDEZ

Los riesgos laborales representan un desafío para la seguridad y salud de las personas, al mismo tiempo que un factor clave en la estabilidad financiera de las organizaciones. Las incidencias derivadas de accidentes, enfermedades ocupacionales o condiciones inseguras pueden traducirse en costos significativos, afectar la productividad y comprometer la reputación corporativa. Por ello, integrar la gestión de riesgos laborales en la estrategia financiera se ha vuelto esencial para garantizar operaciones sostenibles, competitivas y resilientes.

Sergio Seañez, presidente de Foundamentality señaló que algunas inversiones en la prevención de riesgos laborales lamentablemente se hacen después de que sucede un siniestro, pero que ahora es más común que las empresas se preocupen por ello, pero asimismo deben hacerlo de una manera correcta y bien planificada.

“Les piden seguridad a líderes que no están capacitados, y la seguridad no es un procedimiento, si bien es rentable, va más allá,

es un valor; estamos hablando de la vida de madres, padres, hijos que quieren regresar con sus familias y eso debe ser el centro de todo, la vida no tiene un precio”.

De acuerdo con estimaciones del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), en México se registran entre 390 mil y 527 mil 802 riesgos de trabajo cada año. Esta cifra equivale a una tasa aproximada de 1.8 accidentes por cada 100 trabajadores; en términos diarios, este promedio representa alrededor de mil 446 incidentes en los centros de trabajo del país.

En las últimas cifras publicadas de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, en 2024 el número total de Riesgos fue de 546 mil 013. Con 376 mil 257 accidentes de trabajo (229 mil 027 hombres y 147 mil 230 mujeres); 158 mil 710 accidentes de trayecto (76 mil 240 hombres y 82 mil 470 mujeres); y enfermedades de trabajo 11 mil 046 (6 mil 533 hombres y 4 mil 513 mujeres).

Erika Martínez Health, Safety and Environmental Manager en Pfizer, destacó que la seguridad no se da de un momento a otro, es un proceso que se robustece día con día, y si bien ya es un requisito para algunas industrias también es una estrategia de negocio tanto para los colaboradores como los inversionistas que ven con buenos ojos cuidar de la gente, pues los riesgos financieros por un accidente pueden ser bastante elevados, aparte de conservar el talento, se conserva la vida.

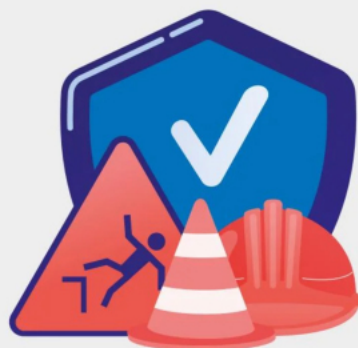
Antes era percibida como un cumplimiento de normatividad, en estos tiempos dejó de ser exclusiva de un área, como las de producción, para ser parte de toda la empresa, eso les brinda seguridad a los trabajadores de confianza de hablar si hay alguna práctica que consideren insegura. “La seguridad se vive, no se impone”.

PREVENCIÓN O PÉRDIDA

La firma Midot, de integridad y seguridad laboral advirtió que los riesgos de trabajo en México representaron en 2023 un gasto equivalente de hasta 4% del Producto Interno Bruto (PIB), según su Reporte de Tendencias de Seguridad. Este análisis se basa en entrevistas realizadas a 45 mil candidatos y 23 mil trabajadores en puestos de riesgo moderado y alto. Además, de los 868 mil accidentes diarios que ocurren en el mundo, mil 100 de ellos se producen en México.

Por otro lado, el costo promedio por accidente laboral en México se estima en 200 mil pesos, de acuerdo con la Asociación In-

**EL IMSS DECLARÓ QUE
NUMEROSOS ACCIDENTES
LABORALES SE ORIGINAN
POR LAS CONDICIONES
PELIGROSAS EN EL
ENTORNO Y ACTOS
INSEGUROS POR PARTE DE
LOS TRABAJADORES**





terdisciplinaria de Salud Ocupacional e Higiene de México, y la Asociación Nacional de Fabricantes de Empaques y Cartón (ANFEC), en 2023 se registraron casi 201 mil accidentes de mano con incapacidad temporal, lo que implicó casi cuatro millones de días perdidos y un costo para la seguridad social de 739 millones de pesos.

Por ejemplo, las lesiones de tobillo costaron 613 millones de pesos a causa de los días perdidos por incapacidad. Además, la ANFEC resalta que los costos totales (visibles e invisibles) de un accidente pueden ser 4 a 10 veces mayores que sólo los costos directos (tratamiento médico, indemnizaciones, etcétera).

En cuanto a servicios de salud ocupacional y programas de seguridad, de acuerdo con el Estudio sobre los servicios de salud en el trabajo en México por la Organización Internacional del Trabajo (OIT), muchas empresas invierten relativamente poco: en una encuesta de Expo Seguridad Industrial, el 57% de las empresas dijeron invertir entre 0 y 10 mil dólares al año en seguridad y salud laboral. También se reportó que para contratar servi-



Cada día ocurren accidentes, pero si los planes de seguridad se cumplen padres y madres de familia regresarán a casa; cuidar la vida no tiene límites y tienen un impacto social enorme"

Sergio Seañez,
Presidente de Foundamentality

cios de salud ocupacional, algunas empresas pagan entre 20 mil y 125 mil pesos mensuales, según su tamaño.

José Luis Silva, Safety and Environmental Head de Jugos del Valle-Santa Clara explicó que para que funcione el ambiente seguro se debe:

- Estandarizar el lenguaje
- Reglas que salvan vidas
- El líder debe poder enfrentar los problemas: ser un líder general
- El líder y el equipo debe tener interés en la gente y la seguridad

Silva aseguró que si bien los indicadores preventivos y las cifras demuestran que se está cumpliendo con el plan general, los objetivos deben ser colectivos e individuales y eso se logra con empatía, escucha activa, comunicación asertiva, pensamiento crítico e influencia positiva.

"Hay que entender qué retos tienen las operaciones, por qué el colaborador está tomando ese riesgo, y no es culparlos, sino entender su día a día y buscar alternativas sin riesgos".

Por su parte, Vicent Zenit, Safety LATAM Director en The Coca-Cola Company, agregó que los líderes representan una parte muy importante en la seguridad, pues si este no está genuinamente interesado no transmite ese sentimiento a su equipo, además de si no puede ofrecer una estrategia no está capacitado para ese puesto.

"La industria tiene cientos de años, pero la seguridad se volvió una prioridad sólo hace 10 años, por lo que ahora el foco y el valor más importante de una empresa siempre deben ser sus personas, van a suceder los accidentes, pero también hay que celebrar las pequeñas batallas diarias".

CUIDAR PARA CRECER

Según los registros del IMSS en su Informe de Gestión Gubernamental, los sectores económicos con mayor incidencia de accidentes laborales son aquellos donde predominan actividades operativas y de alto desgaste físico.

La industria de la manufactura encabeza la lista, especialmente en puestos que realizan tareas elementales o de apoyo. Le sigue el comercio, donde los incidentes se relacionan principalmente con el manejo de materiales y la atención al cliente.

En tercer lugar se encuentra la construcción, un sector que, aunque menos numeroso, concentra accidentes de mayor gravedad y letalidad. Finalmente, el sector de transporte

y comunicaciones registra una elevada frecuencia de accidentes vinculados con el tráfico y el manejo de carga.

En cuanto a las regiones anatómicas afectadas en el periodo 2013-2022 indican que las extremidades superiores son las que presentan mayor vulnerabilidad. Las manos y muñecas representan el 38.77% del total de lesiones, convirtiéndose en la zona más afectada. Les siguen las extremidades inferiores, con el 30.15%, principalmente en piernas, pies y tobillos. La espalda concentra el 12.10% de los casos, mientras que la cabeza y el tronco registran el 6.40% y 4.63%, respectivamente. Esto significa que uno de cada cinco accidentes laborales involucra directamente las manos o los dedos de los trabajadores.

Respecto a la forma en que ocurren los accidentes, los más frecuentes incluyen caídas al mismo nivel o desde alturas, como resbalones, tropiezos y caídas desde escaleras o plataformas. También destacan los golpes por objetos, ya sea por herramientas o materiales que caen o se proyectan, y los sobreesfuerzos, generalmente relacionados con levantar o mover cargas de manera incorrecta. Otros incidentes comunes son los atrapamientos en maquinaria, cortes y laceraciones, exposición a sustancias nocivas, quemaduras por calor, químicos o electricidad, así como accidentes de tráfico ocurridos durante traslados laborales o en trayecto.

El estudio Seguridad y Salud Laboral: Más que normas, una cultura, de OCC reveló que para el 61% de los trabajadores, las condiciones de seguridad y salud en el empleo son determinantes para decidir permanecer en una empresa. En contraste, 30% señaló que este aspecto no influye en su decisión, mientras que un 9% admitió no haberlo considerado previamente.

De acuerdo con OCC, atender el bienestar integral de los empleados, abarcando la salud física, emocional y organizacional es un aspecto fundamental. Tanto colaboradores como reclutadores coinciden en que el bienestar debe consolidarse como un pilar estratégico dentro de las empresas, no sólo para cumplir con normativas, sino para fomentar una cultura laboral sostenible y competitiva.

Virginia Maruri, directora de Recursos Humanos, Relaciones Laborales y Seguridad y Salud Ocupacional en SAMAN, puntualizó que las compañías deben admitir que si bien hacen un buen trabajo en cuestiones de seguridad, siempre se pueden hacer mejor las cosas, visualizar las áreas de oportunidad, porque no basta con capacitar y hablar con los

LA LEY FEDERAL DEL TRABAJO ESTABLECE MULTAS DE HASTA 5 MIL VECES LA UMA PARA EMPRESAS QUE NO CUMPLAN CON SUS OBLIGACIONES DE SEGURIDAD

colaboradores, sino hacer cambios de verdad, plantear objetivos de acuerdo a cada planta y prácticas clave que no sean negociables.

Apropiarse del tema y dar reconocimiento a quien hace un buen trabajo, para que todos se sientan cuidados. “En cuestión de seguridad no hay jerarquías, frente a la seguridad todos somos iguales; ningún grano de arroz vale la vida y seguridad de nuestros colaboradores”.

Para las empresas mexicanas, la seguridad laboral ha dejado de ser un gasto o un costo inevitable. Hoy es una inversión inteligente en prevención. Con incidentes que pueden costar desde miles hasta decenas de millones de pesos, y riesgos laborales que representan hasta el 4% del PIB, la evidencia es clara: proteger la salud y seguridad de los trabajadores es una estrategia que resguarda las finanzas, la continuidad operativa y el talento en un entorno cada vez más exigente. ➤





**UNIFE
NEWS**

**LUNES A
VIERNES
8PM**

DESCARGA
NUESTRA APP



Instagram Facebook X TikTok LinkedIn
@unifemx

PERIODISMO CON SENTIDO SOCIAL



**UNIFE
TELEVISIÓN**

8.3

TV ABIERTA • PLATAFORMAS DIGITALES • SMART TV

Litigar con visión de largo plazo

JAIME RENÉ GUERRA GONZÁLEZ REFLEJA CONSTANCIA Y ESPECIALIZACIÓN, ASÍ COMO UNA CONVICCIÓN PROFUNDA: LA JUSTICIA COMO VOCACIÓN, COMO COMPROMISO ÉTICO Y COMO FORMA DE VIDA

CYNTHIA MICHELLE HERNÁNDEZ

La abogacía ha acompañado la vida económica y social de los países mucho más allá de los tribunales. En su mejor versión, es una herramienta que da certeza, equilibra intereses y permite que las reglas del juego sean claras para ciudadanos, empresas e instituciones. En contextos de cambio político y económico, el derecho no solo resuelve conflictos: también refleja el grado de madurez de una sociedad y su compromiso con la justicia.

En ese proceso, la experiencia acumulada, la ética profesional y la visión de largo plazo se vuelven activos clave para comprender cómo el litigio puede influir de manera real en el desarrollo institucional y económico del país.

Jaime René Guerra González, con 55 años de ejercicio profesional ininterrumpido y socio fundador de Guerra González y Asociados, S.C., firma que posee 36 años de existencia, es testigo y protagonista de una etapa en la evolución del Derecho y de la Administración Pública en México. Desde 1966, cuando

comenzó como pasante en la abogacía, su carrera ha estado marcada por una búsqueda permanente de la correcta administración de justicia dentro del marco de la ley.

La influencia de su padre, abogado de profesión, fue determinante en su desarrollo, ya que le transmitió desde muy joven el amor por el litigio y el respeto por los tribunales. “Acompañarlo desde niño a juzgados y audiencias definió mi camino profesional, además forjó una visión clara sobre el papel social del abogado: servir tanto a quienes se encuentran en situación de vulnerabilidad como a quienes buscan una resolución justa a sus conflictos”.

Para él, la abogacía es una relación que exige entrega, pasión y coherencia. Trabajar con gusto, encontrar satisfacción en el ejercicio diario del derecho y entender el litigio como una actividad seria, pero también profun-



damente humana han sido pilares que lo han mantenido vigente durante más de medio siglo.

Esa visión se materializó en la fundación de Guerra González y Asociados, despacho creado hace 36 años junto con otros socios, tras una trayectoria previa como asociado y colaborador en distintas firmas.

Desde su origen, el despacho nació con la vocación de la especialización. Hoy, con cerca de 80 integrantes, se ha consolidado como una firma enfocada exclusivamente en litigios civiles y mercantiles, amparo en esas materias y áreas específicas del Derecho Administrativo.

“Cuando los intereses políticos entran en la administración de justicia, se de-

bilita. Aun así, hay que mantener la esperanza de que las reformas actuales logren consolidar perfiles capaces y responsables, conscientes del enorme impacto social que tiene cada resolución judicial”.

El legado de su carrera no se limita a casos ganados. A través de procesos judiciales estratégicos, su despacho ha contribuido a reformas relevantes en la Ley Concursal Mexicana, influyendo directamente en la forma en que se protegen los derechos de acreedores, empresas y trabajadores.

A 5 décadas de trayectoria, su mensaje final es claro: una sociedad que no ejerce el derecho es una sociedad debilitada. “Los abogados tienen la responsabilidad de honrar su protesta constitucional y ejercer la profesión con ética, rigor y compromiso. Solo así la justicia puede seguir siendo un pilar real del desarrollo nacional”.

GUERRA
GONZÁLEZ ABOGADOS
(35)
ANIVERSARIO

UN PUENTE DE NEGOCIOS DE DOBLE VÍA



NUESTRO PAÍS SE CONSOLIDA COMO TERCER DESTINO DE LA IED ESPAÑOLA: CAMESCOM

ROSA MARÍA VERJÁN

La relación bilateral entre México y España se encuentra en un momento de modernización estratégica. Más allá de los lazos culturales, España se ha consolidado como el segundo mayor inversor extranjero en México, sólo por detrás de Estados Unidos, mientras que México se mantiene como el principal inversor latinoamericano en España.

Según datos oficiales de la Secretaría de Economía de México, en el primer trimestre de 2025 la Inversión Extranjera Directa (IED) española en México alcanzó los 3 mil 210 millones de dólares, lo que representó aproximadamente el 15% del total nacional captado en ese periodo. En palabras de Antonio Basagoiti, presidente de CAMESCOM, "la inversión extranjera se comporta como grandes sistemas climáticos", reflejando su carácter dinámico y en constante adaptación.

CRECIMIENTO Y OPORTUNIDADES

Más de 5 mil 200 empresas con capital español operan en México, generando más de 500 mil empleos directos. La 2ª Edición del Barómetro sobre el Clima y Perspectivas de la Inversión Española en México, elaborado por la Cámara de Comercio de España en colaboración con Analistas Financieros Internacionales (AFI), destacó que tres de cada cuatro empresas ven oportunidades de crecimiento, y que el 88% considera al mercado mexicano como estratégico. Desde 1999, la inversión acumulada de origen español en México supera los 79 mil 300 millones de dólares según la Cámara de Comercio de España en México.

El panorama de inversión bilateral está transitando desde los sectores tradicionales hacia áreas de mayor valor agregado, como la alta tecnología y los modelos sostenibles. Entre los ámbitos estratégicos de cooperación destacan los servicios financieros, la energía y sostenibilidad, la manufactura y movilidad, así como el turismo y la construcción, donde la inversión española sigue fortaleciendo la infraestructura hotelera y urbana.





Sectores Tradicionales



Turismo

Construcción

Sectores de Valor Agregado



Alta Tecnología

Energía Sostenible

Manufactura y Movilidad

TURISMO: MOTOR ECONÓMICO Y CULTURAL

El turismo se ha consolidado como un eje central de la relación bilateral, no sólo por su impacto económico, sino también como puente cultural, social y de inversión. España se mantiene entre los principales emisores de turistas europeos hacia México, mientras que el mercado mexicano se ha convertido en una fuente creciente de visitantes para destinos españoles, especialmente Madrid, Barcelona y Andalucía.

De acuerdo con la Secretaría de Turismo de México (Sectur) en 2023 llegaron al país 366 mil 509 turistas españoles por vía aérea, con un gasto total de 412.7 millones de dólares, un aumento del 15.5% respecto a 2018. En sentido inverso, Turespaña México reporta que en 2024 más de 1.08 millones de visitantes mexicanos viajaron a España, con un gasto cercano a 2 mil 940 millones de euros, marcando un récord histórico y un crecimiento relevante frente a años anteriores.

CONECTIVIDAD AÉREA Y SINERGIAS ECONÓMICAS

La conectividad aérea entre ambos países refuerza este intercambio: rutas directas entre Madrid y ciudades clave como Ciudad de México, Cancún y Guadalajara, operadas por aerolíneas mexicanas y españolas, han ampliado frecuencias, mejorado la oferta de asientos y fortalecido la competencia en el mercado transatlántico.

Más allá del flujo de viajeros, el turismo ha impulsado inversiones sostenidas en hotelería, transporte, restauración y servicios turísticos, generando empleo y fortaleciendo la infraestructura. México se ha consolidado como un destino estratégico para cadenas hoteleras y grupos turísticos españoles, que encuentran en el país un mercado dinámico y con alto potencial de crecimiento.

El turismo actúa también como catalizador para otros sectores económicos. La conectividad aérea, el comercio, los servicios financieros y la inversión inmobiliaria se han visto reforzados por este intercambio, mientras que el sector promueve la transferencia de conocimiento, mejores prácticas en sostenibilidad y la profesionalización de servicios, elevando la competitividad en ambos lados del Atlántico.

HACIA UN FUTURO COMPARTIDO

Hoy, la relación entre México y España se construye sobre algo más que cifras récord o rutas aéreas: se sustenta en personas, empresas y proyectos que cruzan el Atlántico de manera constante. Cada turista, cada vuelo y cada inversión refuerzan una red de confianza que impulsa el desarrollo económico y el entendimiento mutuo entre ambas naciones.

En un entorno global marcado por la incertidumbre, este vínculo bilateral demuestra una capacidad notable de adaptación, transitando hacia sectores de mayor valor agregado, innovación y sostenibilidad.

De cara al futuro, México y España parten de una relación madura y dinámica, con bases sólidas para seguir creciendo. La combinación de inversión, conectividad, intercambio turístico y colaboración estratégica perfila una agenda común que trasciende coyunturas y apunta a un desarrollo compartido de largo plazo.



EMPRESAS MEXICANAS MUY ESPAÑOLAS

RAÚL OLMEDO GUTIÉRREZ

EL COMERCIO ENTRE AMBAS NACIONES HA CRECIDO MÁS DE 50 VECES DESDE 1977 A LA FECHA

La relación entre México y España es una de las más complejas que enfrenta nuestro país, y lejos de una discusión milenaria sobre el pasado que no abonaría en nada al futuro comercial de ambas naciones; puesto que en años recientes, ha habido fricciones diplomáticas por algunas exigencias simbólicas como la solicitud de una disculpa por la Conquista, estos simbolismos sólo han generado debates sobre el enfoque ideológico de la política exterior mexicana y su impacto en la inversión y cooperación, pero nuestro país hoy día no requiere simbolismos, sino realidades que le permitan apuntalar el crecimiento económico.

Por tanto, lo que no podemos negar es la relación comercial dinámica, con un flujo constante de recursos basada en vínculos históricos, culturales y económicos. Ya que más allá del intercambio económico, ambos países han construido una relación bilateral sólida mediante acuerdos comerciales, cooperación científica y vínculos culturales.

México representa el primer socio comercial del país europeo en América Lati-

na, mientras que dicha nación es uno de los mayores inversionistas europeos en nuestro país. Los tratados de libre comercio, como el Acuerdo Global México-Unión Europea, han sido pilares de esta colaboración, ayudando a la libre movilidad de bienes, servicios y capital humano.

La inversión de empresas mexicanas en territorio español ha marcado una etapa de consolidación económica, la nación ibérica es uno de los principales destinos europeos para la inversión mexicana.

Empresas como Grupo Bimbo, Cemex, Gruma y Mexichem han expandido su presencia en el mercado español con adquisiciones estratégicas, plantas de producción, y redes de distribución que fortalecen el vínculo comercial y crean empleos en ambos territorios. Hasta las empresas del estado como PEMEX, mantiene una fuerte presencia en aquel país.

España es uno de los principales socios comerciales de México en Europa, mientras que la nación azteca es el segundo mayor inversor latinoamericano en el país Ibérico; ya que más de 7 mil empresas españolas operan en nuestro territorio, generando cerca de un millón de empleos. Mientras que alrededor de 500 empresas mexicanas tienen presencia en aquella nación, generando más de 50 mil puestos de trabajo.

Las inversiones mexicanas en España superan los 30 mil millones de euros, mientras que las españolas en México alcanzan los 72 mil millones de euros desde el año 2000 a la fecha. Por ello aquí te presentamos un ranking de las 50 empresas con mayor presencia en España. »

	EMPRESA	INGRESOS GLOBALES	ACTIVOS GLOBALES	PRESENCIA	INVERSIÓN
1	Grupo Bimbo	22,313.39	20,572.75	La empresa tiene una fuerte presencia en el país ibérico, pues llega desde 1965 con una planta en Barcelona.	En 2025, se anunció una inversión de 30 millones de euros en la planta de Puente Genil, Córdoba, para implementar una línea de producción de bollería salada.
2	Cemex	16,226.56	24,698.33	Cemex cuenta con una gran presencia pues tiene 6 plantas de cemento y 38 plantas de hormigón, y tiene cobertura del 80% del territorio.	En 2021, Cemex adquirió activos de HeidelbergCement en Madrid e Islas Baleares
3	Cinépolis	6,174.86	n.d.	Cuenta con presencia en dicho país a través de su adquisición de la cadena de cines Yelmo Cines en 2015.	La operación de la cadena española, le permitió a la mexicana aumentar en 414 salas en 20 ciudades españolas, como Madrid, Barcelona, Valencia y Bilbao.
4	América Móvil	47,498.39	89,167.99	Tiene presencia a través de su filial Claro Enterprise Solutions SL, enfocada en servicios corporativos de telecomunicaciones y soluciones digitales.	Su filial española fue renombrada en 2018 como Claro Enterprise Solutions SL.
5	Petróleos Mexicanos	91,402.90	109,020.37	Su filial es Pemex Internacional España S.A. que se dedican principalmente a la comercialización, transporte y transformación de hidrocarburos.	Su filial española fue renombrada en 2018 como Claro Enterprise Solutions SL.
6	Alfa	8,920.37	11,664.16	Presencia en aquella nación a través de su subsidiaria Sigma Alimentos, la cual es líder en la producción y distribución de alimentos refrigerados, incluyendo carnes frías y lácteos.	Ha realizado una inversión de 157 millones de euros para recuperar y fortalecer su capacidad de producción.
7	Grupo Bal	20,301.85	37,920.24	Cuenta con la filial española Global Gudea Entertainment (GGE), la cual se dedica a la industria publicitaria y ha realizado adquisiciones en el mercado español, como el Baúl de Piqué.	Grupo BAL ha apostado por nichos creativos y culturales que complementan su portafolio global.
8	El Puerto de Liverpool	11,740.33	14,300.54	Mantiene una alianza estratégica con El Corte Inglés, la cadena de grandes almacenes líder en España, a través de la cual operan la marca Sfera en México.	n.d.
9	Orbia Advance Corporation	7,518.31	10,003.70	Aunque no se especifica una sede principal en España, Orbia tiene actividades comerciales en más de 100 países, incluyendo España, y opera en 41 países.	En 2024, Orbia anunció inversiones de capital por 525 millones de dólares a nivel global, sin especificar que proporción sería para España; y para 2025 y 2026 se estiman 450 millones anuales
10	GRUMA	6,497.60	4,826.41	Tiene una fuerte presencia en España a través de su filial Azteca Foods Europe, adquirida en 2015. Esta filial produce y comercializa tortillas, wraps, totopos, alimentos preparados y salsas en Europa.	Con la adquisición se estima que el total fueron 50 millones de dólares.
11	Grupo Aeroméxico	5,629.11	5,775.49	La conexión de México - España data desde 1963, hoy día opera 34 vuelos directos.	En 2018, Aeroméxico se convirtió en la aerolínea oficial de la Casa de México en España.
12	MABE	4,817.76	3,507.85	El negocio de Mabe en España se realiza a través de distribuidores o representantes.	n.d.

	EMPRESA	INGRESOS GLOBALES	ACTIVOS GLOBALES	PRESENCIA	INVERSIÓN
13	Alsea	4,316.17	4,136.92	En 2018, Alsea adquirió Grupo Vips, incluyendo marcas como Vips, Ginos y TGI Fridays, lo que marcó su entrada como operador líder en España.	En 2025, Alsea lanzó un plan para abrir 100 nuevos locales en España, enfocados en marcas como Vips, Ginos y Foster's Hollywood.
14	Grupo Envases Universales	3,959.02	n.d.	En 2023, Grupo Envases adquirió Domiberia, una empresa española especializada en la fabricación de envases metálicos para conservas e industria, consolidando así su presencia en el mercado español.	Aunque no existe el monto exacto, la operación incluyó 6 plantas en España y 1 en Países Bajos, con más de 600 empleados.
15	Softtek	3,953.28	n.d.	Hace años compro la empresa española Vector ITC, esta adquisición le ha permitido a Softtek expandir su alcance en Europa y fortalecer su posición como proveedor global de soluciones digitales.	Dicha compra permitió crear un grupo con más de 15,000 profesionales y una facturación combinada superior a 900 millones de euros.
16	Grupo ADO	n.d.	n.d.	En 2013, Grupo ADO adquirió el holding español Grupo Avanza, que integraba empresas como TUZSA, Auto-Res y VITRASA.	En 2025, Avanza compró la histórica empresa vasca Transportes Pesa, que opera en Euskadi con más de 190 autobuses y 650 empleados, ampliando su cobertura en el norte de país.
17	Grupo Televisa	3,402.23	12,421.41	Televisa ha colaborado con Prisa, grupo español de medios, en Televisa Radio, con una red de emisoras en México.	Mantuvo una participación en el conglomerado español Imagina, que vendió en 2018 por 284 millones de euros.
18	Grupo Condomex	2,665.96	n.d.	Condomex cuenta con una planta llamada Cablena España en Zaragoza, que fabrica cables para la industria automotriz, electrodomésticos y telecomunicaciones.	Cablerna España es la planta europea de Condomex, ubicada en Aragón.
19	Prolec	2,529.82	n.d.	Tiene presencia en España a través de su joint venture con GE Vernova.	n.d.
20	Jose Cuervo	2,402.27	5,546.43	Tiene presencia en aquel país mediante una alianza estratégica con la distribuidora Icon Spirits.	Esta alianza le ha permitido a Icon Spirits alcanzar el 47% de la cuota de mercado en el segmento de tequila.
21	CICSA	2,322.68	n.d.	Ha colaborado con la empresa FCC Construcción en varios proyectos.	Ha realizado inversiones y alianzas estratégicas con la empresa española FCC.
22	INTERprotección	2,292.57	n.d.	Tiene oficinas en Madrid, mediante su filial INTERprotección España S.L.	n.d.
23	Grupo Herdez	2,045.08	1,984.35	Ingresó al mercado español a través de un acuerdo de distribución con El Corte Inglés para su marca "Doña María". Posteriormente, se asoció con Varma Food & Personal Care para distribuir sus salsas y condimentos, líderes en la gastronomía mexicana.	En los últimos años, la comida mexicana ha tenido un auge, según estudios ha llegado a más del 60% de los hogares españoles, de ahí que la empresa mediante sus inversiones intenta aprovechar dicha situación.
24	Grupo Lamosa	1,854.94	2,327.01	La empresa realizó dos compras, la primera es del negocio de revestimientos cerámicos del Grupo Roca en 2021 y la adquisición de Baldocer en 2023.	En 2023 con la compra de Baldocer, junto con sus marcas Azulejos Benadresa y Etile, invirtió 425 millones de euros, de igual manera anunció otra más por 50 millones de euros.
25	Grupo Industrial Maseca	1,811.97	n.d.	Cuenta con una subsidiaria llamada Azteca Foods Europe, anteriormente conocida como Mexifoods España.	Dicha compra está valuada en 38.5 millones de euros.

	EMPRESA	INGRESOS GLOBALES	ACTIVOS GLOBALES	PRESENCIA	INVERSIÓN
26	Monex	1,732.46	13,799.16	Tiene su filial en España llamada Monex Europa S.L	En enero del 2024 obtuvo autorización para crear dos filiales: Monex Europe Markets (sociedad de valores) y Monex Europa (entidad de pago).
27	Grupo Indi	1,211.23	n.d.	Tiene presencia, mediante colaboraciones internacionales con empresas españolas, aunque no cuenta con una sede.	n.d.
28	Grupo Industrial Saltillo	1,147.21	1,238.50	Tiene presencia gracias a su adquisición de la empresa Grupo Infun, especializada en fundición y maquinado de piezas para la industria automotriz.	Dicha adquisición esta valuada en 280 millones de euros, más la absorción de hasta 40 millones en deuda.
29	Actinver	1,075.46	7,227.89	En 2021, la empresa anunció la creación de Actinver Inversiones y Valores S.G.I.I.C., una sociedad gestora de instituciones de inversión colectiva en España.	n.d.
30	Grupo Pinsa	1,059.62	n.d.	Empresa líder en la industria atunera en nuestro país y América Latina, exporta atún a toda Europa mediante una empresa distribuidora española llamada Frime, ubicada en Barcelona.	n.d.
31	Genomma Lab Internacional	1,016.77	1,136.12	La firma tiene oficina registrada en Madrid, exporta y comercializa productos como Asepxia, Cicatricure, Goicoechea y Tío Nacho, entre otros, en el mercado español.	Aunque no tiene inversiones en aquel país, la empresa ha mostrado interés en el viejo continente, y España figura como un destino lógico por su afinidad cultural y comercial con México, lo que facilitaría la entrada de sus productos farmacéuticos y de cuidado personal.
32	Grupo Kaltex	1,012.57	n.d.	Tiene oficinas comerciales, y exporta productos textiles como fibras sintéticas, telas, prendas de vestir y artículos para el hogar	n.d.
33	Elementia Materiales	964.73	969.18	Cuenta con alianzas estratégicas con empresas españolas, lo que le ha permitido entrar al mercado de aquel país, en 2016, participó en una transacción relevante con FCC (Fomento de Construcciones y Contratas), una de las mayores constructoras españolas.	n.d.
34	Conservas La Costeña	961.58	n.d.	La firma tiene una pagina web oficial de España, sin embargo no se encontraron registros de oficinas, pero sus productos son cada vez más populares en aquel país.	n.d.
35	Grupo Jumex	1,256.83	n.d.	Su presencia lo hace mediante la exportación de sus productos.	n.d.
36	Grupo México Infraestructura	877.98	365.71	Cuenta con presencia en aquel país mediante su filial AMC Mining Iberia.	Ha invertido más de 93 millones de euros en fondos propios para sus proyectos en España.

	EMPRESA	INGRESOS GLOBALES	ACTIVOS GLOBALES	PRESENCIA	INVERSIÓN
37	GF Intercom	676.72	6,976.21	Cuenta con una entidad financiera en España.	Opera mediante su filial Intercom FX, una Entidad de Pago registrada en el Banco de España.
38	Grupo OMNILIFE	581.64	344.67	El país funge como centro de operaciones para Europa.	La empresa cuenta con una tienda oficial y centro de distribución (CEDIS) en Madrid,
39	Canel's	573.77	n.d.	La firma exporta sus productos aquel país.	Los productos de esta empresa mexicana los puedes encontrar en tiendas especializadas en productos latinos y algunos supermercados europeos.
40	RLH Properties	423.61	1,830.70	Ha comprado propiedades en España, incluyendo el Hotel Rosewood Villa Magna y el Hotel Bless Collection en Madrid.	Se estima que por las compras que hizo en España pagaron alrededor de los 315 millones de euros.
41	Grupo Altex	355.19	n.d.	Tiene oficina comercial en Barcelona.	n.d.
42	Pascual Boing	355.19	n.d.	A través de la distribuidora ADAFRI Europea S.L., Pascual Boing ha logrado introducir y distribuir sus productos en la Unión Europea, específicamente en España.	Su centro logístico en Mercamadrid, le permite gestionar pedidos y atención al cliente en todo el país.
43	Autlán	312.87	592.24	Adquirió la empresa española Cegasa Portable Energy en 2020, lo que le dio una base de operaciones en el País Vasco. Además, Autlán también participa en una joint venture con la empresa española Iberdrola.	Por Cegasa Portable Energy la empresa tuvo un desembolso por 26 millones de euros.
44	Kuo	n.d.	n.d.	Cuenta con una subsidiaria en aquel país llamada Dynasol Elastómeros.	El año pasado la firma avanzó en la construcción de una nueva línea de producción en España, fortaleciendo su competitividad global en elastómeros.
45	Grupo Martex	276.11	n.d.	Suministra uniformes y equipo de seguridad a corporaciones policiales y fuerzas armadas.	n.d.
46	Corporación Interamericana de Entretenimiento	257.30	698.93	Mediante CIE Internacional, que se dedica a la promoción y gestión de eventos y espectáculos en varios países, incluyendo España.	Aunque su enfoque principal está en México y América Latina, CIE ha gestionado recintos teatrales y deportivos en España como parte de sus operaciones globales.
47	Grupo Royal Holiday	248.96	846.25	Cuentan con hoteles y resorts en diferentes destinos, incluyendo uno en Madrid.	La presencia principal es en América Latina y Estados Unidos, pero también ha realizado inversiones y operaciones en España,
48	Coliman Bananas - Grupo AGGALL	196.72	n.d.	Sus productos son consumidos en varios países de Europa incluyendo España.	España forma parte de los mercados europeos donde Coliman distribuye sus productos.
49	Neoris	196.45	n.d.	Tiene operaciones en España, específicamente en Madrid, donde también cuentan con un laboratorio de innovación.	En 2024, Neoris inauguró en Madrid su Hub Europeo de IA, sin tener claro el monto total de la inversión.
50	Grupo Pachuca	n.d.	n.d.	Cuenta con el equipo de fútbol Real Oviedo	En 2022, Grupo Pachuca adquirió el 51% de las acciones del Real Oviedo, por una cantidad que superó los 23 millones de euros.

VUELA HACIA EL LUJO INFINITO

HORAS DE VUELO | VUELOS PRIVADOS | COMPRA Y VENTA DE AVIONES



+52 55 4264 3547



@mm_aviacionprivada



www.mmaviacionprivada.com

Destino Madrid: El salto mexicano en **FITUR 2026**



DE ENERO A SEPTIEMBRE DE 2025, LA IEDT SUMÓ 2 MIL 100 MILLONES DE DÓLARES, 5.1% DEL TOTAL DE LA INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA CAPTADA EN EL PAÍS: SECTUR

CYNTHIA MICHELLE HERNÁNDEZ

La nación ocupa un lugar importante en el turismo mundial por su gran variedad cultural y climática que le permite tener desde bosques hasta playas, por ello el turismo tiene un papel fundamental en la economía mexicana y se convirtió en un sector prioritario.

Las cifras más recientes de la Secretaría de Turismo (Sectur) confirman que el turismo sigue siendo uno de los pilares económicos más dinámicos del país. De acuerdo con datos de la dependencia, entre enero y noviembre de 2025 México recibió 88.1 millones de visitantes, un crecimiento de 13.8% respecto al mismo periodo del año anterior. De ese total, 42.6 millones fueron turistas internacionales, un indicador clave del posicionamiento del país en el mercado global.

Para Josefina Rodríguez Zamora, titular de la Sectur, el crecimiento del sector no debe medirse únicamente en volumen, sino en su

impacto económico y social. "De acuerdo con la política impulsada por la presidenta Claudia Sheinbaum Pardo, seguiremos promoviendo un modelo de turismo que genere prosperidad compartida y valor real en los territorios".

Ese enfoque se refleja también en la derrama económica. Durante el periodo analizado, el ingreso de divisas por visitantes internacionales ascendió a 31 mil 220 mdd, un aumento de 6.7% frente a 2024. Destaca particularmente el comportamiento del turismo de internación vía aérea, donde el gasto promedio alcanzó los mil 229.4 dólares, 22.1% más que en 2019, lo que apunta a un visitante con mayor capacidad de consumo y estancias de mayor valor.

A este desempeño se suma el turismo de cruceros, que continúa ganando peso en la ecuación. Los puertos del país recibieron 10.1 millones de excursionistas, cuya actividad generó 847.9 mdd en divisas, reforzando el papel del turismo como un detonador transversal para economías locales y cadenas de servicios.



FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO FORTALECE VÍNCULOS

En este contexto de fortalecimiento del vínculo turístico, México y España y su flujo de viajeros y la conectividad aérea se han consolidado como ejes clave, se abre un panorama que cobra especial relevancia en el marco de la Feria Internacional de Turismo (FITUR), donde se encuentran alrededor de 153 mil profesionales del turismo, 9 mil empresas expositoras, y de acuerdo con estos se esperan más de 90 mil visitantes y 152 países, todos ellos para marcar hacia dónde se dirige el sector.

Entre enero y julio de 2024, México recibió 202 mil 525 turistas vía aérea provenientes de España, quienes generaron un gasto de 239 millones 900 mil dólares, cifra que supera en 27.1% lo registrado en el mismo periodo de un lustro anterior. En cuanto a conectividad, durante 2024 se programaron 3 mil 546 vuelos entre España y México, un 7.1% más que en 2023, con una oferta de más de un millón de asientos, 4.9% superior al año previo.

Los principales destinos fueron Ciudad de México, Cancún, Guadalajara, Monterrey y San José del Cabo, mientras que las aerolíneas con mayor participación en esta ruta fueron Aeroméxico 38.1%, Iberia 35.2%, World 2 Fly 7.2%, Emirates 7.2%, y Air Europa 6.4%, de acuerdo con la Secretaría de Turismo.

RUTAS, CIELOS Y ECONOMÍAS

Josefina Rodríguez Zamora, secretaria de Turismo de México destacó que la importancia es la consolidación de México como una potencia turística global, pues FITUR es el escaparate para mostrar todas las ventajas que tiene el país, además de presentar los destinos tradicionales, esperan mostrar otros lados como nuevas rutas, destinos emergentes, Pueblos Mágicos y experiencias auténticas que sean extraordinarias, pero que al mismo tiempo, se alinean con los objetivos de la UNESCO en cuanto a turismo comunitario y responsable.

En el tercer trimestre del 2025, la inversión dirigida a departamentos y casas amueblados con servicios de hotelería, concentraron 687.6 mdd en México.



Bernardo Cueto Riestra, presidente de la Asociación de Secretarios de Turismo de México (ASETUR) en entrevista declaró que FITUR siempre ha sido crucial para la nación por el estrecho lazo cultural y económico con España, además de ser un escaparate ante el mercado europeo; sin dejar de lado que es la primera feria internacional de turismo del año.

El turismo es una de las principales ventanas para mostrar al mundo la riqueza cultural, natural y gastronómica de México. En el contexto actual, uno de los principales retos es consolidar al turismo como una verdadera prioridad en la agenda nacional, fortaleciendo la coordinación entre los tres órdenes de gobierno y la iniciativa privada.

“La edición 2026 será aún más especial porque México participa como país socio, y por primera vez en la historia acuden las 32 entidades federativas permitiéndoles proyectar su diversa oferta turística a nivel mundial, consolidar alianzas con touroperadores europeos y atraer inversión, impulsando un desarrollo turístico más inclusivo y sustentable”.



**“
Seguiremos trabajando
de manera coordinada
con el sector privado,
los gobiernos estatales,
municipales para que
el turismo continúe
siendo un generador de
bienestar social”**

Josefina Rodríguez Zamora,
secretaria de Turismo de México

Para Maricarmen Martínez Villarreal, secretaria de Turismo de Nuevo León, FITUR es un espacio de alto nivel para la toma de decisiones en turismo. Para el estado, es una plataforma para fortalecer su posicionamiento internacional y sostener conversaciones estratégicas con actores clave del sector. La presencia del estado en este tipo de ferias responde a una lógica de construcción de relaciones, atracción de inversión y alineación con mercados que buscan destinos preparados, confiables y con una oferta clara.


**La Inversión
Extranjera Directa
(IED), en el 3T25
cifró los 787.6 mdd.**



Buscamos resultados medibles: mayor derrama económica, nuevas alianzas, inversión turística y mejores conexiones aérea"

Mireya Sosa Osuna, secretaria de Turismo de Sinaloa

En ese escenario, Nuevo León se posiciona como un destino estratégico que entiende al turismo como un motor económico y no únicamente como una actividad de promoción.

"La ventaja de Nuevo León está en su capacidad de planeación, su infraestructura, su conectividad y una visión clara de largo plazo que integra turismo de negocios, eventos internacionales, gastronomía y naturaleza dentro de una misma estrategia de desarrollo con el objetivo de fortalecer capacidades, atraer inversión y consolidar un modelo turístico sólido y sostenible para el estado".

Por su parte, Julio Chávez Ventura, director general del Fideicomiso de Promoción Turística de Chihuahua, Ah Chihuahua, afirmó que México es tan mágico y vasto de actividades turísticas, que realmente el lugar que ocupe hoy y siempre dependerá de la estrategia de promoción que se ejecute en ese momento, por ello, señala que es importante que a nivel federal se maneje una estrategia muy sólida que permita seguir avanzando en el ranking de los países más visitados.

Agregó que falta camino por recorrer en el tema de relación turística, definitivamente hay

una disparidad entre los turistas europeos que llegan a México contra los turistas mexicanos que visitan Europa, sin embargo, es cuestión de estrategia, de promoción, ahí se deben reforzar para que realmente se conozca todo el producto mexicano y no sólo lo que los europeos o españoles conocen de México, necesitan mostrar el producto turístico en general.

"En el caso de Chihuahua, como destino en constante evolución, buscamos en todo momento comunicar que somos totalmente diferente a lo que han escuchado de México. Chihuahua es un destino atractivo, histórico, cultural y lleno de aventura".

Juan Enrique Suárez del Real Tostado, secretario de Turismo del estado de Nayarit destacó que la relación bilateral entre México y España, particularmente en materia turística, se mantiene como una de las más sólidas y estratégicas. España representa un referente mundial en planeación, gestión y profesionalización del turismo, y para Nayarit constituye una oportunidad concreta para fortalecer la inversión hotelera de alto nivel, la transferencia de conocimiento, la conectividad aérea y las alianzas de promoción en mercados europeos.

Turistas extranjeros que llegaron a México

De enero a octubre recibió 16.5 millones de turistas internacionales vía aérea



11 millones 157 mil turistas residentes de Estados Unidos.



2 millones 79 mil visitantes de Canadá.



372 mil 61 turistas de Reino Unido.



 Sector estimó la llegada de 4.96 millones de turistas nacionales y extranjeros durante las vacaciones de Fin de Año 2025-2026.

Más que un mercado emisor, España se posiciona como un socio estratégico con el que se comparte una visión de turismo responsable, competitivo y con identidad, como un destino que ha alcanzado un nivel de madurez turística, pero que aún conserva amplios márgenes de crecimiento ordenado.

“En Nayarit la principal ventaja competitiva radica en la estabilidad, la seguridad y un modelo de desarrollo turístico que privilegia la sostenibilidad, la planeación territorial y la prosperidad compartida. Hoy, el estado compite no sólo como un destino de sol y playa, sino como un territorio de experiencias, calidad de vida y certidumbre tanto para el visitante como para el inversionista”.

Mireya Sosa Osuna, secretaria de Turismo de Sinaloa enfatizó que la relación turística en-

tre México y España es estratégica y de largo plazo. Para Sinaloa, abre oportunidades para atraer inversión, fortalecer la conectividad aérea y promover la comercialización de cinco rutas estatales, en especial Del mar a la montaña que recorre gran parte del territorio sinaloense y conecta con el tren Chepe Express hacia las Barrancas del Cobre, permite vivir una experiencia integral que une litoral, ciudad y sierra que responden a la tendencia europea de viajes culturales y de largo recorrido.

“Buscamos resultados medibles: mayor derrama económica, nuevas alianzas, inversión turística y mejores conexiones aéreas que permitirán incrementar estancias, generar circuitos más largos y distribuir los beneficios del turismo en más regiones del estado”.

“

FITUR siempre ha sido crucial para la nación por el estrecho lazo cultural y económico con España

Bernardo Cueto Riestra,
presidente de la
Asociación de Secretarios
de Turismo A.C (ASETUR)



“

Es importante que a nivel federal se maneje una estrategia muy sólida que permita seguir avanzando en el ranking de los países más visitados

Julio Chávez Ventura,
director general del
Fideicomiso de Promoción
Turística de Chihuahua



“

Para Nayarit es una oportunidad para fortalecer la inversión hotelera, la transferencia de conocimiento, la conectividad aérea y alianzas en mercados europeos

Juan Enrique Suárez del
Real Tostado, secretario
de Turismo del estado de
Nayarit



“

La relación turística entre México y España es sólida y natural, sostenida por la historia, el idioma y una visión compartida del valor cultural del turismo

Jorge Padilla Castillo,
subsecretario de Turismo
del Gobierno del Estado
de Colima



TURISMO CON IMPACTO

Jorge Padilla Castillo, subsecretario de Turismo del Gobierno del Estado de Colima indicó que la relación turística entre México y España es sólida y natural, sostenida por la historia, el idioma y una visión compartida del valor cultural del turismo.

Para Colima, esta relación abre oportunidades para atraer inversión responsable, desarrollar productos turísticos con identidad local y fortalecer la promoción de experiencias culturales y gastronómicas, al mismo tiempo que ven un gran potencial en alianzas que prioricen la calidad de la experiencia y la sostenibilidad por encima del volumen.

La expectativa es que la presencia internacional se traduzca en beneficios concretos para Colima: mayor derrama económica distribuida en las comunidades, alianzas estratégicas con operadores especializados y proyectos de inversión alineados con la visión de turismo responsable.

“Buscamos crecer, sí, pero crecer bien, de manera ordenada y con impacto positivo en el territorio. Invitamos al mundo a descubrir un destino donde el paisaje, la cultura y la gastronomía se encuentran de manera natural, y donde el turismo es una herramienta para preservar lo que somos”.

Bernardo Cueto Riestra presidente de la ASETUR abundó que la expectativa es consolidar a México como una potencia turística global, proyectando de manera ordenada y estratégica la riqueza patrimonial, cultural y gastronómica de sus 32 entidades federativas, en el marco de su participación como País Socio en FITUR 2026.

El mensaje es de unidad y visión país. México se presenta al mundo con una oferta turística integrada, innovadora y sostenible; con capacidad probada para albergar grandes eventos internacionales y con un turismo que genera desarrollo económico, bienestar social y prosperidad territorial. “México está listo para recibir al mundo”.



Conforme el Programa Sectorial de Turismo (PROSECTUR) 2025-2030, las cifras del primer semestre de 2025 confirman que México sigue afianzando su posición como un destino turístico de alcance global. El crecimiento en la llegada de visitantes internacionales, así como el mayor gasto turístico y la alta actividad en aeropuertos y puertos, ponen de relieve el papel clave de la conectividad aérea y la ampliación de la oferta de destinos.

En este contexto, la actual administración, en sintonía con el PND 2025-2030, orienta su política turística bajo los principios del Humanismo mexicano, priorizando el bienestar social, la justicia y la participación ciudadana. El turismo se concibe como un motor de Prosperidad Compartida, igualdad sustantiva y desarrollo sostenible, con énfasis en el cuidado del medio ambiente.

Con el objetivo de ubicar a México entre los cinco principales destinos turísticos del mundo, el Plan México 2025-2030 impulsa una coordinación estratégica entre instituciones y sectores vinculados al turismo, promoviendo la diversificación regional y el fortalecimiento del consumo de bienes y servicios de Hecho en México.

Josefina Rodríguez Zamora, asentó que la suma de esfuerzos es clave para ampliar y distribuir de manera más equitativa los beneficios de su efecto multiplicador, reduciendo la desigualdad y promoviendo la inclusión y el bienestar de todas y todos los mexicanos, con la premisa de que nadie quede rezagado.

Bajo esta visión, se busca detonar el desarrollo social y económico en las regiones con



“
La presencia del estado en estas ferias responde a una lógica de construcción de relaciones, atracción de inversión y alineación con mercados que buscan destinos preparados

Maricarmen Martínez Villarreal, secretaria de Turismo de Nuevo León

mayores rezagos, reconociendo a los pueblos originarios y afromexicanos como custodios de una valiosa riqueza biocultural, gastronómica y territorial.

Avanzar hacia un modelo turístico más incluyente y sostenible será posible mediante el fortalecimiento de alianzas estratégicas que permitan tender puentes y proyectar a México a nivel internacional.

La innovación, la formación y la capacitación permanente son ejes fundamentales para elevar la calidad y competitividad del sector. En este sentido, se plantea como una guía para alinear acciones con las necesidades, recursos y vocación turística de cada estado, con el objetivo de consolidar a México como una potencia turística global y posicionarlo entre los cinco países más visitados del mundo. »



El país se destacó en el sexto lugar a nivel mundial en turismo de países más visitados.



TURISMO QUE IMPULSA NEGOCIOS

MÉXICO TRANSFORMA EL TURISMO EN UN MOTOR DE CRECIMIENTO ECONÓMICO Y DESARROLLO EMPRESARIAL, COMBINANDO INVERSIÓN, INNOVACIÓN Y SOSTENIBILIDAD

ROSA MARÍA VERJÁN

Más allá de su dimensión cultural o recreativa, el turismo se ha consolidado como una industria estratégica para la economía mexicana, con un impacto que atraviesa sectores como transporte, servicios financieros, comercio y bienes raíces. Para el sector empresarial, representa un termómetro de inversión, consumo y generación de empleo, y su desarrollo se ha convertido en un indicador clave para la toma de decisiones corporativas en un entorno cada vez más competitivo.

En este contexto, la participación de México en la Feria Internacional de Turismo (FITUR), en Madrid, se presenta como una plataforma estratégica para posicionar al país en el mercado global. Octavio de la Torre de Stéfano, presidente de Concanaco Servytur, explicó que “el foco estará puesto en el impulso de una agenda de negocios para abrir oportunidades a empresas, destinos y prestadores de servicios del sector terciario”, y destacó que FITUR es “una ventana privilegiada para la atracción de inversiones, alianzas comerciales y posicionamiento de destinos”.

La delegación nacional centrará sus esfuerzos en “apertura de mercados y alianzas B2B, promoción de destinos y experiencias con enfoque territorial, atracción de inversión y fortalecimiento de la cadena de valor del turismo”.

EMPRESAS APROVECHAN LA OPORTUNIDAD

Este marco estratégico no sólo beneficia a los destinos y la promoción del país, sino que también abre oportunidades concretas para empresas mexicanas que buscan posicionarse en mercados internacionales y fortalecer sus redes comerciales. Operadora Hotelera Norte 19, por ejemplo, ve en FITUR 2026 una plataforma ideal para expandir su visibilidad global y consolidar relaciones estratégicas. Platicando con Eduardo Ymay, director general, señaló que el objetivo de su participación será “fortalecer relaciones comerciales, identificar nuevas oportunidades e incrementar la visibilidad internacional de nuestro portafolio para contribuir al aumento de ingresos de alta calidad”.

Para lograrlo, la empresa aprovechará reuniones estratégicas con socios comerciales, inversionistas, turoperadores y actores clave del turismo internacional, además de capitalizar su alianza con Marriott Internacional, utilizando su red global de distribución, campañas de marketing y estrategias de venta para atraer un mayor flujo de viajeros a sus más de 140 hoteles y 17 mil habitaciones en México, Colombia, Costa Rica y Chile. La participación en FITUR permite así articular la agenda de México con la estrategia de negocio de las empresas, mostrando cómo el sector privado convierte la presencia internacional en inversión, empleo y desarrollo económico tangible.

LA NUEVA CARA DEL TURISMO

En un mercado global altamente competitivo, la estrategia mexicana en Madrid combina diversificación, visibilidad internacional y sostenibilidad, un eje cada vez más demandado por inversionistas y viajeros. Ymay puntualizó que sus hoteles operan bajo lineamientos alineados con la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible, priorizando eficiencia en recursos, reciclaje, tecnologías ecoeficientes y programas que generan valor económico y social, fortaleciendo operaciones rentables y responsables.

Este enfoque deja claro que el turismo ya no se mide solo por visitantes: la inversión extranjera liderada por capitales españoles y la expansión de cadenas hoteleras están redefiniendo el mapa de negocios de Quintana Roo a Baja California. Con FITUR 2026, México no solo ocupa el pabellón principal como País Socio, sino que se posiciona como un motor que tracciona la industria turística global, consolidando oportunidades de negocio, inversión y desarrollo sostenible para los próximos años. ➡



CIMIENTOS DE LA COMPETITIVIDAD Y LA RESILIENCIA

EL LIDERAZGO Y EL TALENTO SON EJES
TRANSVERSALES PARA CONSTRUIR UN ECOSISTEMA
EMPRESARIAL RESILIENTE Y RESPONSABLE

CYNTHIA MICHELLE HERNÁNDEZ | LAURA HERNÁNDEZ VILLEGAS | ABRAHAM ARCOS

FOTOS: ANTONIO SOTO | MARIO MARTÍNEZ

El México actual es el resultado de una serie de acciones que han permitido consolidarlo como un país altamente competitivo, donde el crecimiento y el desarrollo empresarial son una realidad. No obstante, este avance conlleva retos y desafíos que deben ser atendidos de manera estratégica y oportuna.

En este contexto, Grupo Mundo Ejecutivo celebró, como cada año, la Cumbre de las 1000 Empresas Más Importantes de México, un foro de análisis y reflexión que reúne a representantes de los principales sectores productivos del país, así como a empresarios y tomadores de decisiones clave para la economía nacional.

La décimo primera edición del encuentro fue inaugurada por Jessyca Cervantes, presidenta ejecutiva del grupo editorial, quien destacó que esta cumbre se ha consolidado como un espacio de generación de conocimiento, en el que convergen líderes empresariales e ideas que impulsan el desarrollo y fortalecimiento de industrias y sectores estratégicos.

APOSTAR POR LO HECHO EN MÉXICO

La jornada inició con un conversatorio moderado por Arlenne Muñoz, directora general de Grupo Mundo Ejecutivo, quien dialogó con expertos sobre la creciente relevancia de Hecho en México como un factor clave para impulsar el crecimiento económico del país.

Bárbara Botello, titular de Hecho en México de la Secretaría de Economía, explicó que la campaña tiene como objetivo consolidarse como una política pública orientada a la reducción de importaciones y al fortalecimiento del consumo nacional. En este sentido, Francisco Demesa, CEO de Natura y Avon México, celebró el distintivo al destacar que el 60% de la producción de su planta en Celaya se destina al mercado interno, mientras que el resto se exporta, impulsando nuevas inversiones y la generación de más de 70 mil empleos directos e indirectos.

Por su parte, Pedro Haces, diputado federal y secretario general de la CATEN, subrayó que más de 13 millones de mexicanos han salido de la pobreza y que 8 millones han registrado una mejora salarial. A su vez, Francisco Cervantes, presidente del Consejo Coordinador Empresarial, enfatizó que la coordinación entre go-





bierno, empresarios y trabajadores es clave para elevar la productividad y avanzar hacia la implementación de la jornada laboral de 40 horas, con el acompañamiento de la academia.

En el ámbito empresarial, Laura Noguera, socia, fundadora y curadora de Mezcal Santo Gusano, compartió su visión sobre los retos y oportunidades de la industria del agave mexicano frente a su creciente posicionamiento global. Destacó la importancia de preservar la pureza, calidad y transparencia del mezcal, así como el papel estratégico de las mujeres en el fortalecimiento de la tradición, la confianza del consumidor y la proyección internacional de este destilado emblemático de México.

Arturo Saval, presidente ejecutivo de Nexxus Capital y Nexxus Iberia manifestó la importancia de aumentar las inversiones de todos los rubros para alcanzar un de-

sarrollo al alza. "Es fundamental aprovechar al máximo las distintas opciones de financiamiento para impulsar el crecimiento esperado y garantizar el impacto económico y social que el país necesita".

Asimismo, en el panel dedicado a la industria del café en México, moderado por Félix Martínez, presidente de la Asociación Nacional de la Industria del Café, líderes del sector como Gerardo Vásquez Rangel, CEO de Café La Oriental; Luca Cafasso, director general de Café La Parroquia; y Arturo Hernández Fujigaky, presidente de Café Etrusca, coincidieron en que el desarrollo de la industria cafetalera requiere una apuesta decidida por la calidad, la innovación y el fortalecimiento de una cultura de consumo que impulse el mercado interno y consolide la presencia del café mexicano en los mercados internacionales.



El valor de la producción nacional trasciende el origen y se convierte en una estrategia de competitividad, desarrollo y orgullo empresarial. La colaboración entre sector público, iniciativa privada y actores productivos clave se perfila como un elemento fundamental para fortalecer el mercado interno, impulsar la innovación y posicionar a México como un referente de calidad, talento y capacidad productiva en el entorno global.

LIDERAZGOS REALES

Víctor Ferraez, CEO de México FC, señaló que el conocimiento es maleable y, al igual que el deporte, puede desarrollarse continuamente para formar mejores personas; en la misma línea, Carmen Enedina Rodríguez, directora general de Ceneval, afirmó que la innovación empresarial debe centrarse en fomentar el conocimiento y no sólo en transmitir información, lo que exige la adaptación de la sociedad y las universidades.

Por su parte, Luz María Hernández, presidenta del Comité Ejecutivo Estatal de Morena en el Estado de México, subrayó que el talento basado en el conocimiento es clave para el progreso y la solución de futuros retos.

Roger Soreque, conferencista internacional, expuso que los líderes actuales enfrentan desafíos y oportunidades en un entorno dominado por la inteligencia artificial, donde el liderazgo efectivo no sólo implica adoptar

tecnología, sino desarrollar adaptabilidad, visión estratégica y un enfoque ético que permita integrar la IA para potenciar el talento humano sin perder de vista los valores y necesidades de las personas.

SECTORES QUE NO DEJAN DE INNOVAR

Miroslava Magaña, CEO y fundadora de MM Chatarra, presentó una visión innovadora de la gestión de residuos, destacando que la chatarra y los desechos industriales pueden convertirse en recursos económicos y ambientales mediante reciclaje y colaboración multisectorial. Subrayó el impacto de estas prácticas en la economía circular mexicana y la necesidad de políticas que fortalezcan la sustentabilidad desde un enfoque empresarial y social.

En el sector inmobiliario, Gustavo Gálvez, CEO de PFS Realty Miami; Jorge Ojeda, CEO de Grupo Aries; Rodrigo Pérez del Toro, Licence Partner y CEO de Engel & Völkers Mexico City; y Robert Frattini, de PropTech Latam Ecosistema, coincidieron en que el Real Estate atraviesa una transformación marcada por la internacionalización y la digitalización. La adopción de tecnología y el fortalecimiento de redes de negocio son esenciales para mejorar la experiencia del cliente y elevar la competitividad en mercados como México y Estados Unidos.

En el ámbito tecnológico, Bernardo González, director de operaciones de KIO IT Services, y Gonzalo Araujo, fundador y CEO de SLM, destacaron cómo la transformación digital está redefiniendo a las empresas en México y la región. Resaltaron la integración de infraestructura en la nube, así como el uso de inteligencia artificial, blockchain y otras soluciones innovadoras para optimizar la eficiencia, crear modelos escalables y fortalecer la competitividad y resiliencia de los negocios.

ECONOMÍAS SIEMPRE INCLUSIVAS

Santiago Benvenuto, líder de Soluciones Financieras de Walmart México, puntualizó la estrategia de la compañía para impulsar la inclusión financiera mediante el desarrollo de productos digitales como cuentas y tarjetas, enfocados en ampliar el acceso a servicios bancarios de baja penetración y mejorar la experiencia del usuario a través de canales seguros, eficientes y alineados con la demanda de soluciones financieras tecnológicas en México.

Aranxa Sánchez, Economist Leader de Bankaool, y Alfonso Vega Ruiz, director general de Fínamo, puntualizaron en que la digitalización financiera es clave para impulsar el emprendimiento y la inclusión económica en México, al permitir el diseño de productos para sectores subatendidos y facilitar el acceso a financiamiento mediante soluciones tecnológicas que fortalecen la competitividad y el crecimiento empresarial.

En el panel moderado por Adriana Mahecha, gerente de Comunicaciones para LATAM y Caribe de Ericsson, Daniel Ríos, AVP de Asuntos Externos y Sustentabilidad de AT&T México, y Pamela Araico, gerente de Sustentabilidad para LATAM de Ericsson, aseguraron que la industria de telecomunicaciones es clave para el desarrollo de modelos de negocio sostenibles, al priorizar redes eficientes, reducción de emisiones e inclusión digital que fortalecen la competitividad y generan impacto social y ambiental en la región.

SEGURIDAD EN CADA ASPECTO

Omar Arab, VP Global de Alianzas en 4i Digital, y John Cárdenas, director comercial de la firma, ahondaron que la digitalización financiera y la verificación de identidad están

transformando el sector en América Latina, al destacar la creación de ecosistemas tecnológicos con alianzas estratégicas y el uso de biometría para fortalecer la seguridad, reducir el fraude y ampliar la inclusión financiera con un enfoque en experiencia de usuario y cumplimiento normativo.

En el ámbito de la seguridad física, Bruno Lara, presidente de Xander Seguridad Privada, y Fernando Barbosa, vicepresidente de CARFAX México, revelaron que la seguridad privada es un complemento estratégico para proteger personas, empresas e infraestructura, al integrar tecnología, inteligencia y colaboración interinstitucional que reducen riesgos, fortalecen la confianza y favorecen la inversión y continuidad operativa en México.

Eduardo Martínez Sañudo, cofundador y CEO de The Risk Guard Company, advirtió que la inflación médica en México avanza a tasas de dos dígitos, presionando a familias, empresas y a los seguros tradicionales, por lo que propuso un fondo de inversión personal en salud como alternativa para complementar la cobertura y mitigar el impacto económico del encarecimiento de los servicios médicos.

VISIÓN: EL CAMINO DEL CRECIMIENTO

En conjunto, la Cumbre de las 1000 Empresas Más Importantes de México evidenció que el crecimiento económico y la innovación no son resultado de esfuerzos aislados, sino de la colaboración estratégica entre gobierno, iniciativa privada y sectores productivos.

Desde el fortalecimiento del consumo interno y la promoción de Hecho en México, hasta la digitalización de la industria, la innovación empresarial y la inclusión financiera, cada acción refuerza la competitividad del país y su capacidad para enfrentar los retos del siglo XXI.

El encuentro también destacó que la sostenibilidad, la seguridad, el talento y el liderazgo son ejes transversales para construir un ecosistema empresarial resiliente y responsable. Mirando hacia el futuro, México se posiciona como un territorio de oportunidades, donde la integración de tecnología, conocimiento y colaboración multisectorial será clave para consolidar un crecimiento inclusivo, impulsar la innovación y proyectar al país como un referente global de competitividad y excelencia empresarial. »

AGRADECEMOS A NUESTROS PATROCINADORES





HECHO EN MÉXICO, ORGULLO QUE TRASCIENDE FRONTERAS

El programa Hecho en México es un elemento clave dentro del Plan México que identifica la integración de insumos locales, la innovación tecnológica y la formación de talento como los fundamentos para fomentar un crecimiento económico que aborde los principales desafíos sociales del país.

Dada su relevancia para el desarrollo de la economía y el buen posicionamiento del país a nivel mundial es que en la Cumbre de las 1000 Empresas Más Importantes de México, se realizó el panel "Hecho en México" en el que participaron Bárbara Botello, titular de Hecho en México; Francisco Cervantes, presidente del Consejo Coordinador Empresarial; Francisco Demesa, CEO de Natura y Avon México y y Pedro Haces, Diputado Federal; con la moderación de Arlenne Muñoz, directora general de Grupo Mundo Ejecutivo.

Durante su intervención, Bárbara Botello, titular de Hecho en México de la Secretaría de Economía, subrayó el rol determinante del sector privado en la consolidación de la soberanía económica.

"Por eso es tan importante promover el Plan México y lo que es Hecho en México, porque precisamente el objetivo de la presidenta Claudia Sheinbaum es que produzcamos lo que nosotros ocupamos en México, tenemos toda la capacidad, México ya no solamente son las bonitas playas, nuestra gastronomía, también nuestros textiles, nuestros artesanos.

"México es un país que tiene empresas, procesos de sustentabilidad que por muchos años no se valoraban, procesos de digitalización, de inteligencia artificial; es una potencia, por eso es tan importante que busquemos que todas las empresas busquen esta certificación "Hecho en México".

Asimismo, indicó que desde la Secretaría de Economía se realizan diversas acciones para que todo lo que se realiza en el país sea visible ante los ojos del mundo. “El Plan México y Hecho en México nos compromete a que produzcamos lo que ocupamos y que también se fortalezca nuestra economía comprando lo que nosotros estamos produciendo”.

De igual manera, agradeció el apoyo del Consejo Coordinador Empresarial, que encabeza Francisco Cervantes, al sumarse a la campaña de promoción Hecho en México, y compartió que “vendrá un programa muy importante para aterrizar los beneficios de Hecho en México de desarrollo empresarial”.

Francisco Demesa, enfatizó que en México hay una gran oportunidad de desarrollo y al mismo tiempo, una necesidad imperante de inversión, por lo que hay que trabajar para ello y generar mejores condiciones para los trabajadores y a su vez, fortalecer la economía.

MÉXICO, UNA GRAN ECONOMÍA DEL MUNDO

Durante su intervención, el diputado Pedro Haces destacó la labor que realiza la Secretaría de Economía a través de la división “Hecho en México” que encabeza Bárbara Botello. “Lo Hecho en México está muy bien hecho porque somos la mejor mano de obra del Mundo, porque hoy los trabajadores están mejor capacitados”.

Agregó que “las inversiones en México están listas para ejecutarse” y que 2026 será un gran año para la economía mexicana, impulsada por la confianza que se les brinde a los inversionistas.

“Estamos hoy en el mejor lugar del mundo, que es América del norte en materia económica, y no podemos dejar ir por ningún motivo la ratificación del T-MEC; México es el mejor país del mundo y debemos estar orgullosos de ser mexicanos”.

INVERSIÓN E INFRAESTRUCTURA COMO EJES

Por su parte, Francisco Cervantes señaló que la inversión y la infraestructura son las dos palancas para el desarrollo y crecimiento del país. “En México tenemos más sectores en el Top 20 que ningún otro país. Tenemos que robustecernos y ahí es donde hay una gran oportunidad. México ocupa el sexto lugar en exportaciones industriales, en tema de infraestructura tenemos ocho puentes para conectar con Asia, Europa, Centroamérica y 156 kilómetros de frontera norte, que esa es la cereza del pastel con Estados Unidos. Con esto podemos incrementar las oportunidades de inversión en nuestro país”.

Por otra parte, los panelistas coincidieron en que el Mundial de Fútbol 2026 representa una gran oportunidad para la economía mexicana y para mostrar al mundo la grandeza cultural, la unión y el orgullo del pueblo mexicano. Cabe recordar que por este evento deportivo, se espera la llegada de 5.5 millones de visitantes y una derrama económica estimada entre 1.8 y 3 mil millones de dólares.

Concluyeron que México se encuentra listo con infraestructura moderna y conectividad aérea, incluyendo los aeropuertos de Guadalajara, Monterrey, el AICM que recibió una inversión de 9 mil millones de pesos; así como el tren que conectará el AIFA con la capital del país. ➤



DEL PUNTO DE VENTA AL ECOSISTEMA DIGITAL FINANCIERO

**LA TECNOLOGÍA Y PERSONALIZACIÓN
SON EL NUEVO CAMINO PARA AMPLIAR EL
ACCESO A SERVICIOS FINANCIEROS**

La inclusión financiera se ha convertido en uno de los grandes retos y, al mismo tiempo, en una de las principales oportunidades para el sector empresarial en México. A través de la innovación tecnológica y el diseño de productos centrados en el usuario, las compañías están redefiniendo la forma en que millones de personas acceden a servicios financieros formales.

En este contexto, durante la Cumbre de las 1000 Empresas más Importantes de México, Walmart México presentó una keynote enfocada en su estrategia para impulsar la inclusión financiera. Santiago Benvenuto, líder en soluciones financieras de la compañía, compartió los avances, aprendizajes y próximos pasos de una propuesta que busca ampliar el acceso a servicios financieros mediante soluciones personalizadas, digitales y seguras.

Destacó que existen diversos problemas para alcanzar una mejor inclusión financiera en el

país. Partiendo de esa data, se han desarrollado múltiples productos financieros, con una hiperpersonalización, para empezar a atender a cada cliente con su propia cartera más apropiada.

Actualmente, se tiene pagadores de remesas, se ofrecen créditos, que son principalmente créditos en terceros, así como múltiples productos de crédito. Benvenuto añadió que recientemente se lanzaron dos tarjetas de moralidad con Invex, que son las de Walmaerte y con Sam's.

Por otra parte, también se han asociado con Aplazo para ofrecer y entregar créditos digitales. "Nuestra idea es seguir creciendo el portafolio de productos, mejorar nuestros productos para que los clientes puedan elegir el mejor producto", expresó. En parte, también se cuenta con Cashing, que es el hub financiero digital; "ahí es donde se une toda la propuesta que tenemos en soluciones financieras, pero ya con un canal digital".





El líder en soluciones financieras refirió que se tiene una cuenta con la Institución de Fondos de Pago Electrónico (IFPE), en la que ya operan desde hace dos meses con el lanzamiento de una tarjeta física y digital de Mastercard. “Tenemos pago de servicios, recarga de tiempo aire, bonificaciones, estamos conectados con Pay, entonces puedes enviar y recibir dinero”, explicó.

Bajo este contexto, señaló que los clientes han dado sus pequeños en términos de producción financiera; por ello, esta información les permite seguir ofreciendo más productos que tan solo una cuenta y una tarjeta.

EXPERIENCIA DE USO EN LA INCLUSIÓN FINANCIERA

Benvenuto destacó que tanto hombres como mujeres usan estos servicios por igual. Sin embargo, refirió que se ofrece un beneficio del 10% de bonificación a los pagos con tar-



jetas del Bienestar; por ello, han observado que las personas adultas han tenido una adopción muy buena ante este tipo de herramientas.

Por otro lado, han mejorado la experiencia de uso de las aplicaciones, a través de testeado y estudiando a los clientes de todos los segmentos de edades. En cuanto a seguridad, dijo que no es solamente de lo que ellos han construido en temas de tecnología, sino en la seguridad de que las personas tengan la confianza con la marca.

En términos de seguridad y privacidad, se destacó que se tiene una política en cuanto a esos temas, que es a veces mucho más fuerte que las regulatorias; por ello, se aseguran de desarrollar todas las herramientas que no van solamente de forma reactiva, sino que lo que siempre se busca es la prevención. La verdad es que hoy tenemos una solución de la cual estamos muy orgullosos en materia de seguridad”.

La inclusión financiera no sólo es un compromiso social, sino una decisión estratégica de negocio. Para las empresas, el desafío está en diseñar ecosistemas financieros flexibles, seguros y centrados en el usuario, capaces de escalar con base en datos, confianza y experiencia digital.

Apostar por este enfoque permitirá no sólo ampliar el alcance de los servicios financieros, sino también fortalecer la relación con los clientes y generar valor sostenible en el largo plazo. »

EL REAL ESTATE EN TRANSFORMACIÓN

El sector inmobiliario atraviesa una transformación profunda en su historia, la convergencia entre capital global, tecnología y nuevos hábitos de consumo está redefiniendo la manera en que se invierte, se desarrolla y se comercializa el Real Estate.

Así quedó claro en un panel donde participaron Gustavo Gálvez, CEO de PFS Realty Miami; Jorge Ojeda, CEO de Grupo Aries; Rodrigo Pérez del Toro, Licence Partner y CEO de Engel & Völkers Mexico City, y Robert Frattini de PropTech en Latinoamérica, moderado por Rosa María Verján, editora en jefe de Mundo Ejecutivo. Desde sus distintas trincheras, los especialistas coincidieron en que el mercado inmobiliario dejó de ser un negocio meramente patrimonial para convertirse en una industria sofisticada.

Desde la perspectiva internacional, Gustavo Gálvez subrayó cómo ciudades como Miami se han consolidado como hubs naturales para el capital latinoamericano, particularmente en contextos de volatilidad económica. Más allá del atractivo residencial, explicó que estos mercados concentran una combinación clave para los inversionistas: estabilidad jurídica, demanda global sostenida y un entorno que permite diversificar riesgos.

En paralelo, el mercado mexicano mantiene un papel protagonista en la región. Para Jorge Ojeda, el país ofrece una diversidad de oportunidades desde desarrollos residenciales y comerciales hasta proyectos de giro turístico o industrial. Esta amplitud, obliga a los desarrolladores y operadores a profesionalizarse, incorporar mejores prácticas y entender que el negocio ya no se limita a construir y vender, sino a diseñar productos inmobiliarios que respondan a nuevas expectativas de los usuarios y del capital.

Rodrigo Pérez del Toro coincidió en que el valor del Real Estate hoy se construye tanto en el activo físico como en la experiencia que lo rodea. En mercados como México, la sofisticación del cliente ha elevado el estándar del servicio inmobiliario, la información, la transparencia, la asesoría especializada y el entendimiento profundo del contexto financiero se han vuelto elementos tan importantes como la ubicación o el metraje.

La tecnología aparece como el eje transversal de esta transformación. Desde el ecosistema PropTech, Robert Frattini destacó que la digitalización ya no es una tendencia futura, sino una condición necesaria para competir. Plataformas de análisis de datos, automatización de procesos, comercialización digital y nuevos modelos de financiamiento están cambiando la forma en que se toman decisiones de inversión. Más aún, la tecnología está permitiendo algo inédito en la industria: reducir fricciones, aumentar la eficiencia y abrir el mercado a nuevos perfiles de inversionistas que antes quedaban fuera.

Los panelistas coincidieron en que el reto está en acelerar la adopción tecnológica, profesionalizar aún más al sector y construir marcos de colaboración entre desarrolladores, brokers, inversionistas y startups, pues la nación por su tamaño, dinamismo demográfico y ubicación estratégica, se encuentra en una posición privilegiada para capitalizar esta transformación. ➤

**EL RETO ESTÁ EN
ACCELERAR LA ADOPCIÓN
TECNOLÓGICA,
PROFESIONALIZAR AÚN
MÁS AL SECTOR Y
CONSTRUIR MARCOS
DE COLABORACIÓN
EN EL ECOSISTEMA
INMOBILIARIO**



FINANZAS, RETOS E INCLUSIÓN

EL PANORAMA
FINANCIERO MEXICANO
EVIDENCIA QUE LOS
RETOS PUEDEN
TRANSFORMARSE
EN IMPULSORES
DE DESARROLLO Y
CRECIMIENTO



Carlos Reyes, economista, columnista y conductor de Unife Televisión.



Arantxa Sánchez, Economista Principal de Bankaool.



Alfonso Vega Ruiz, director general de Fínamo.

El 2025 fue un año desafiante para el sector financiero mexicano, marcado por factores económicos, políticos y geopolíticos que pusieron a prueba la resiliencia de las instituciones del país. Sin embargo, la capacidad de adaptación, la incorporación de tecnología y el enfoque en la atención al cliente han permitido que bancos y firmas financieras sigan operando y proyectando un 2026 con perspectivas de crecimiento.

En un panel conducido por Carlos Reyes, economista, columnista y conductor de Unife Televisión, Arantxa Sánchez, Economista Principal de Bankaool, y Alfonso Vega Ruiz, director general de Fínamo, compartieron su análisis sobre las oportunidades que se abren para el 2026. Ambos coincidieron en que, a pesar de las dificultades, el sector mantiene un enfoque proactivo.

BANKAOL: CAMBIOS Y ESTRATEGIAS RECIENTES

Arantxa Sánchez compartió que Bankaool, que el próximo año cumplirá 50 años, ha evolucionado de un banco agropecuario a una institución con un enfoque en banca de consumo y empresarial. Con 24 sucursales y más de 150 mil usuarios, el banco ha incorporado innovación digital y fintech, destacando un retorno sobre capital del 18% y calificación de crédito BBB.

Entre sus logros recientes se encuentra la apertura de mesas propias de mercado cambiario y su participación en programas de la Bolsa Mexicana de Valores, así como alianzas estratégicas con empresas como Cruz Azul. Además, Bankaool busca impulsar la educación financiera y digital, ofreciendo servicios accesibles para personas de todas las edades y fomentando la inclusión financiera.

Sánchez destacó que la institución también ha puesto énfasis en educación financiera y en herramientas digitales accesibles para personas de diferentes edades, así como en la creación de espacios híbridos de atención que combinan lo físico y lo digital.

“Queremos cerrar la brecha de conocimiento financiero y digital, ofreciendo aten-

ción personalizada y espacios híbridos que combinen lo físico y lo digital”, destacó Sánchez, describiendo la estrategia de Bankaool en educación financiera.

FÍNAMO: CONSOLIDACIÓN PARA EL CRECIMIENTO

Con 12 años de experiencia en crédito simple y revolvente, ha ampliado su portafolio incluyendo arrendamiento puro para adquisición de activos productivos. Su sede se encuentra en Culiacán, con presencia comercial a nivel nacional.

Según Vega, este año la empresa se centró en consolidar procesos tecnológicos y financieros, con el objetivo de atender la demanda prevista en sectores estratégicos como hospitalidad, logística y entretenimiento, especialmente en el contexto del Mundial de Fútbol 2026.

“El arrendamiento puro permite a las empresas adquirir activos sin descapitalizarse, un factor clave para responder a la demanda esperada”, explicó Alfonso, enfatizando la importancia de soluciones personalizadas para cada cliente.

“Nuestro crecimiento para 2026 estará enfocado principalmente en el arrendamiento puro, acompañando a las empresas en la adquisición y renovación de activos productivos”, señaló refiriéndose a la estrategia de Fínamo para pequeñas y medianas empresas.

Uno de los aprendizajes clave del 2025 es que la educación financiera es un componente central para la estabilidad y el crecimiento económico. Instituciones como Bankaool y Fínamo no sólo ofrecen productos y servicios, sino que buscan cerrar la brecha de conocimiento financiero y digital, fomentando que personas y empresas tomen decisiones informadas sobre ahorro, inversión y crédito.

Esta estrategia no sólo fortalece la relación con los clientes, sino que también contribuye a una mayor inclusión financiera en México, preparando a los ciudadanos y a las empresas para aprovechar las oportunidades de un mercado en constante cambio. »



PILARES TECNOLÓGICOS DE LOS NEGOCIOS

La transformación digital ha dejado de ser una tendencia para convertirse en un factor clave de competitividad empresarial. Tecnologías como la inteligencia artificial, la nube y la conectividad están redefiniendo los modelos de negocio en México y marcando el ritmo de innovación en múltiples industrias.

En el panel Tech Forward, titulado “Inteligencia artificial, nube y conectividad: los pilares tecnológicos que redefinen los negocios en México”, Bernardo González, director de Operaciones de KIO IT Services, y Gonzalo Araujo, fundador y CEO de SLM, moderados por Aramis Flores, analizaron los principales avances del país en estas áreas, así como el estado actual de las empresas mexicanas frente a los desafíos y oportunidades de la transformación digital.

Los panelistas coincidieron en que la Inteligencia Artificial se encuentra en una etapa de mucho auge, y existen importantes expectativas, tanto de la sociedad, los gobiernos, y de las empresas, en torno a su evolución, alcances y las oportunidades que ofrece a las compañías.

LA EVOLUCIÓN TECNOLÓGICA ESTÁ IMPULSANDO UN CAMBIO PROFUNDO EN EL ECOSISTEMA EMPRESARIAL MEXICANO

Bruno Juanes, destacó que de cara al 2026, KIO se ha consolidado como una empresa de centros de datos y de administración de informes de la tecnología para muchos clientes, principalmente México y Latinoamérica.

“Hoy en día lo que percibimos con la mayoría de nuestros clientes, sobre todo empresas medianas y grandes, es que todavía enfrentan retos para consolidar los datos, y eso es un gran problema porque necesitas tener tus datos con una buena estrategia y sobre todo usarlos al lado de toda la compañía”.

El directivo argumentó que el desafío es que las empresas logren la verdadera transformación digital, que no sólo consiste en usar herramientas o comprar un software, sino en cómo utilizar la tecnología para agregarle más valor a los clientes y al mercado en el que participan.

Por su parte, Gonzalo Araujo, resaltó la importancia de saber aplicar la tecnología en beneficio de la organización para que esta pueda ser más competitiva. Para el CEO de SLM, estamos en un momento donde el conocimiento está a disposición de cada uno y el desafío es prepararse para dominar las tecnologías emergentes para mantenerse competitivo y estar preparados para hacer frente a las nuevas posiciones laborales que surgen derivadas de la IA.

“Hoy en día, muchas inteligencias artificiales aplican Genetic Large Model que son nuevas tecnologías que permiten con una fracción del poder de un computador ejecutar acciones, no sólo contestar un chat o asesorarte, va más allá”.

IA Y CIBERSEGURIDAD

Por otra parte, los especialistas hablaron sobre el tema de ciberseguridad, que toma gran relevancia ante los avances que ha tenido la Inteligencia Artificial, ya que estafadores y delincuentes emplean esta herramienta para cometer delitos.

Coincidieron en que la IA facilita la automatización de ataques y el desarrollo de mensajes maliciosos con mayor rapidez y eficacia, lo que se ha convertido en un riesgo no sólo para las personas, sino también para las organizaciones.

De cara a este escenario, el mensaje para los líderes empresariales es claro: resulta indispensable hacer una revisión profunda de las estrategias de transformación digital, definir prioridades de inversión y asegurar una adopción responsable de tecnologías emergentes. La inteligencia artificial, la nube y la conectividad no sólo representan una ventaja competitiva, sino una decisión clave para fortalecer la operación, proteger la información y garantizar la sostenibilidad de los negocios en el mediano y largo plazo. ➤

EDUCACIÓN COMO IMPULSO DE LA INNOVACIÓN

MUNDO EJECUTIVO



En un entorno global marcado por la aceleración tecnológica, los cambios geopolíticos y la transformación de los modelos productivos, la educación y el desarrollo del talento se consolidan como factores estratégicos para el crecimiento económico y social de los países. El conocimiento, entendido no sólo como formación académica, sino también como experiencia, adaptación y aprendizaje continuo, se ha convertido en un elemento clave para enfrentar los retos del presente y construir oportunidades de largo plazo.

Bajo este contexto, en el marco de la Cumbre de las 1000 Empresas más Importantes de México se llevó a cabo el panel “Educación y talento: el conocimiento como motor del progreso”, con la participación de Carmen Enedina Rodríguez, directora general de Ceneval; Víctor Ferraez, CEO de México FC; y Luz María Hernández, presidenta del Comité Ejecutivo Estatal de Morena en el Estado de México.

FLEXIBILIDAD EN EL APRENDIZAJE

Carmen Enedina Rodríguez, directora general de Ceneval, señaló que la educación y el talento son fundamentales para cualquier sociedad. Destacó que el conocimiento no sólo se adquiere de manera formal, sino también de manera empírica, a partir de las experiencias y condiciones que vive cada persona, lo que permite asimilar información y transformarla en aprendizaje que puede compartirse en el futuro.

Al respecto, Luz María Hernández, enfatizó que México atraviesa un momento de cambio significativo. La llegada de la presidenta Claudia Sheinbaum, como mujer científica, ha abierto nuevas oportunidades para el país en el ámbito internacional, fortaleciendo su posicionamiento geopolítico. “Esto suma a nuestro conocimiento empírico la perspectiva científica y abre oportunidades para quienes ven a México como un motor de cambio, progreso y bienestar”, afirmó.

**FORMACIÓN, INNOVACIÓN
Y FLEXIBILIDAD COGNITIVA
SON ELEMENTOS CLAVE PARA
IMPULSAR LA COMPETITIVIDAD
Y EL DESARROLLO SOCIAL DE
UN PAÍS**

MÉXICO ANTE EL MUNDIAL 2026

Además la directora de Ceneval, habló sobre la flexibilidad cognitiva, entendida como la capacidad de los seres humanos para aprender, desaprender y volver a adquirir nuevos conocimientos.

Añadió que esta habilidad permite adaptarse a los cambios tecnológicos, organizacionales y geopolíticos que enfrenta el mundo actual. “El conocimiento es el que está generando una serie de transformaciones a las que todos debemos adaptarnos”, afirmó.

En su participación, Víctor Ferraez, CEO de México FC, destacó que la gran misión de la organización que preside es convertir a México en campeón del mundo, un objetivo que calificó como casi utópico ante la proximidad del Mundial 2026.

Sobre el plan para alcanzarlo, Ferraez explicó que se busca llevar a los futbolistas mexicanos a un entorno de alta competencia y rendimiento. Comentó que “si algún día queremos competir con esas potencias, debemos empezar a jugar y entrenar al más alto nivel europeo”.

La educación, la política pública y el deporte, vistos desde una perspectiva integral, pueden convertirse en motores de transformación si se alinean con una visión de largo plazo que fomente la innovación, la flexibilidad y el desarrollo del talento nacional.

Las reflexiones compartidas durante el panel coincidieron en que el conocimiento y la formación del talento son pilares indispensables para el progreso de México. Asimismo, los panelistas destacaron que el reto no sólo radica en adquirir conocimiento, sino en saber aplicarlo de manera estratégica para generar impacto económico, social y cultural. ➤



ÍCONOS QUE HACEN CRECER A MÉXICO

ENTRE ANÁLISIS, NETWORKING Y RECONOCIMIENTO AL LIDERAZGO EMPRESARIAL, ESTE EVENTO SE COLOCA EN EL CENTRO LA CONVERSACIÓN SOBRE EL RUMBO ECONÓMICO DEL PAÍS

En un entorno propicio para los negocios, el aprendizaje y el networking, que reunió a destacados líderes empresariales, emprendedores, directivos y altos ejecutivos de diversas industrias del país, concluyó la Cumbre de las 1000 Empresas más Importantes de México, evento que anualmente organiza Grupo Mundo Ejecutivo.

Con una agenda estratégica integrada por paneles y conversatorios, en los que se analizaron temas de actualidad y alta relevancia para el ecosistema empresarial y el desarrollo económico nacional, la Cumbre se consolidó como un espacio de diálogo, reflexión y generación de oportunidades de negocio.

Durante la ceremonia de clausura, se llevó a cabo la Premiación 333 Íconos de México, con el propósito de reconocer a los líderes que impulsan el crecimiento y desarrollo económico de México desde diversos sectores.

Para ello, Arlenne Muñoz, directora general de Grupo Mundo Ejecutivo llamó al

estrado a Beto Arrellano, CEO de La Costeña y a Martha Arenas, directora comercial de KIO IT Services.

Entre las personalidades reconocidas con este premio destacan Bárbara Boteillo, titular de Hecho en México de la Secretaría de Economía; Francisco Demesa, CEO de Natura; Mario Maciel, director de la Unidad de Negocios de Salud y Bienestar en Laboratorios Columbia; Ignacio Alarcón, presidente de Canirac Nacional; Carlos Peña, CEO de Gayosso; Giovanni Oliveira, director de Programación de UNIFE; Adelma González, directora general de Helados Holanda en México.

Jorge Ojeda CEO de Grupo Aries; Antonio Hidalgo, director general de Hisense México; Paco Palani, director general de Fundación LFR; Rodrigo Avilés CEO de Roab Technology; José Antonio Correa, CEO de Qualitas; Miroslava Magaña, CEO de MM Chatarrera; Víctor Paredes, director general y cofundador de Neuma; entre otros íconos de México. Asimismo, fueron distinguidas empresas como Banamex,

Liverpool, Kyndryl, Bankaool, Comex, Aeroméxico, Amomoxltli, El Palacio de Hierro, Bayer, Vanity, La Jicotería, Bancoppel, Mezcla Santo Gusano, Konesh, Codere, Unilever, 4i Digital, SLM, Las Mañanitas, Ribera del Duero, Rentable y BBVA, por mencionar algunas, que destacan por haber consolidado una presencia sostenida en México, con modelos de negocio que inciden directamente en empleo, inversión y dinamismo económico.

Arlenne Muñoz resaltó que los 333 íconos no sólo representan un motor económico con gran impacto en diversos sectores, sino que también asumen un papel activo en la construcción de un México más justo y sostenible.

Finalmente, Jessyca Cervantes, presidenta ejecutiva de Grupo Mundo Ejecutivo, agradeció la participación de los asistentes y resaltó que, con esta edición de la Cumbre, Mundo Ejecutivo reafirma su compromiso con el impulso al desarrollo empresarial en un entorno económico cada vez más dinámico y competitivo. »

El poder de la energía verde, directo a tu WhatsApp.



¿Ya sigues nuestro canal?



ESCANEA Y SÉ PARTE DE NUESTRA COMUNIDAD EN WHATSAPP



www.smartmediagroup.lat

Noticias, análisis, tendencias, líderes, contenido exclusivo.

WESS

Women's Energy and Sustainability Summit

Greentology™
The green side of business

energíahoy®



SMARTMINDS
PODCAST

Greentology™
The Podcast



energíahoy®
EL PODCAST

SELECCIÓN PLAYER ONE TOP 10 2025

CAMILO GUILBERT Y RAYO CORTE

PRODUCCIÓN EN SERIE

Se fue el 2025, pero quedará marcado como uno de los años más productivos y desafiantes para la industria automotriz mundial. En México, los lanzamientos de autos de serie fueron dominados por las marcas asiáticas, pero la respuesta de las americanas, europeas y japonesas no se hizo esperar, enriqueciendo la oferta de productos para los consumidores.

Los tan deseados hypercars, también nos dieron mucho para soñar, exquisitas piezas de ingeniería automotriz, disponibles para un puñado de afortunados amantes del automóvil. Mientras que los autos concepto y prototipos, nos dejaron una clara idea del futuro del automovilismo, tanto estéticamente como en la tecnología que llegará eventualmente a los autos de serie.

Esta es nuestra selección de lo más destacado en cada categoría.



1. HYUNDAI PALISADE DESDE \$38,900 USD

SUV de tres filas renovada, con más espacio, mayor nivel tecnológico y opción híbrida por primera vez, enfocada en confort y uso familiar.



2. BYD ATTO 8 DESDE \$59,900 USD

Es el nuevo SUV híbrido enchufable (PHEV) de gama alta de BYD, diseñado para transportar hasta a 7 pasajeros. Destaca por su enfoque en el lujo y alto rendimiento, ofreciendo una autonomía eléctrica de 150 km.



3. KIA K4 HATCHBACK GT LINE TURBO DESDE \$28,800 USD

Es el reemplazo deportivo del Forte Hatchback, fabricado en México. Se distingue por su diseño "Opposites United". Es la versión tope de gama que utiliza un motor 1.6L Turbo de 190 hp.



4. MINI COOPER SE DESDE \$39,900 USD

Es la versión 100% eléctrica del icónico hatchback británico. Esta nueva generación ha sido rediseñada desde cero como eléctrico, ofreciendo un interior mucho más minimalista.



5. BYD M9 DESDE \$48,900 USD

Es la nueva minivan híbrida enchufable (PHEV) de BYD enfocada totalmente en la familia y el confort ejecutivo, cuenta con capacidad para 7 pasajeros y destaca por su autonomía combinada de hasta 945 km.



6. HONDA CR-V DESDE \$41,100 USD

Es el referente histórico y modelo más vendido de la marca. Consolida su oferta con un enfoque total en la seguridad, siendo la única en su categoría con 10 bolsas de aire de serie. Está disponible con motor 1.5 L turbo o sistema híbrido.



7. BMW M2 CS DESDE \$129,000 USD

Es la versión más ligera y potente del M2 hasta la fecha. Fabricado en México, este modelo de edición limitada eleva la potencia a 530 hp y reduce el peso mediante el uso de fibra de carbono. Ofrece tracción trasera y una velocidad máxima de 302 km/h.



8. FORD EXPEDITION DESDE \$91,500 USD

Es el SUV de tamaño completo más grande de Ford, que para esta nueva generación eleva el estándar de lujo y tecnología. Mantiene su potente motor V6 EcoBoost de 440 hp, ideal para remolcar grandes cargas.



9. VOLKSWAGEN TIGUAN DESDE \$30,000 USD

Es la nueva generación de uno de los SUVs más populares en México (fabricado localmente en Puebla). Presenta un diseño más aerodinámico y en México mantiene el eficiente motor 1.4L TSI de 150 hp.



10. DODGE CHARGER DAYTONA (EV) DESDE \$59,595 USD

Es el primer muscle car 100% eléctrico del mundo, diseñado para sustituir al legendario Charger V8. Lo más disruptivo es su sistema de escape Fratzonic, que genera un rugido real de hasta 126 decibelios, imitando un motor de combustión.



1. CHEVROLET CORVETTE CX & CX.R

Ambos representan la visión de Chevrolet para un Corvette extremo y aerodinámicamente revolucionario. Eliminan las puertas tradicionales por una cúpula tipo avión de combate que se abre hacia adelante.



2. AUDI CONCEPT C

Es el sucesor espiritual del Audi TT que marca el nuevo lenguaje de diseño de la marca basado en la "Simplicidad Radical". Este deportivo eléctrico destaca por su techo rígido retráctil que lo convierte en targa.



3. MERCEDES-BENZ VISION ICONIC

Este concepto de ultra-lujo combina la estética de los "Silver Arrows" con tecnología de vanguardia. Su característica más llamativa es su carrocería con pintura solar que genera autonomía adicional con la luz del día.



4. MERCEDES-AMG GT XX CONCEPT

Es la interpretación más extrema de un coche de circuito diseñada por Affalterbach para celebrar los 10 años del AMG GT.



5. CHEVROLET CALIFORNIA CORVETTE CONCEPT

Diseñado en Pasadena, este concepto explora una propuesta speedster eléctrica sumamente abierta. Su rasgo principal es la ausencia de puertas, utilizando una cúpula de cristal desmontable.



6. BENTLEY EXP 15

Este concepto representa el manifiesto eléctrico de la marca al reinterpretar la elegancia del "Blue Train" de los años 30. Presenta una exclusiva configuración de tres asientos y tres puertas.



7. RENAULT 4 SAVANE 4x4 CONCEPT

Es la reencarnación eléctrica del legendario "Amigo Fiel", diseñada para el off-road extremo. Este concepto es la base directa para la versión de producción del Renault 4 E-Tech.



8. AUDI Q6 E-TRON OFF-ROAD CONCEPT

Es la transformación más ruda del Q6 eléctrico, diseñada para el Overlanding de lujo.



9. BUICK ELECTRA ORBIT CONCEPT

Es un sedán de ultra-lujo inspirado en la era que revive el romance de los viajes por carretera con un diseño "Boattail" de casi 6 metros.



10. AVATR VISION XPECTRA

Es un hiper-sedán que fusiona tecnología de Huawei y CATL bajo el concepto de "Inteligencia Emocional". Cuenta con una "piel digital" envolvente que permite al coche proyectar mensajes y cambiar de color.

SUPERCARS/HYPERCARS



1. ASTON MARTIN VANTAGE S DESDE \$199,500 USD

Es la evolución más radical en la historia del modelo. Este "supercar" de motor delantero combina la elegancia de Aston Martin con un rendimiento agresivo, utiliza un motor V8 Biturbo de 4.0L que genera 670 hp.



2. ASTON MARTIN DB12 S DESDE \$285,000 USD

Es la nueva versión tope de gama del DB12, que la marca define como el "Super Tourer" definitivo. Supera al modelo estándar con un motor V8 Biturbo de 690 hp y mejoras en agilidad.



3. LAMBORGHINI FENOMENO DESDE \$3,300,000 USD

Es el nuevo hypercar de edición ultra-limitada (serie "Few-Off") de Lamborghini, creado para celebrar los 20 años de su Centro Stile. Utiliza un V12 híbrido que genera 1,080 hp, convirtiéndose en el Lamborghini de calle más potente y rápido de la historia.



4. LAMBORGHINI TEMERARIO DESDE \$357,600 USD

Es el nuevo supercar "de entrada" de la marca y el reemplazo del legendario Huracán. Cambia el motor V10 por un V8 Biturbo híbrido capaz de girar a unas 10,000 rpm y entregar una potencia combinada de 907 hp.



5. BUGATTI BROUILLARD DESDE \$30,000,000 USD

Es un one-off (pieza única en el mundo) que inaugura el nuevo Programme Solitaire de Bugatti, un nivel de personalización superior. Rinde homenaje al caballo favorito de Ettore Bugatti y fue diseñado para un solo cliente en todo el planeta.



6. PORSCHE 911 CARRERA GTS T-HYBRID DESDE \$172,000 USD

Es el primer 911 híbrido de la historia, diseñado para mejorar el rendimiento. Estrena un motor bóxer de 3.6 L asistido por un turbocargador eléctrico y un motor integrado en la transmisión.



7. GORDON MURRAY LE MANS GTR DESDE \$4,000,000 USD

Presentado oficialmente durante la Monterey Car Week, este modelo es la obra maestra de la nueva división GMSV. Rinde un homenaje directo a los prototipos de "cola larga" de los años 60 y 70.



8. FERRARI 849 TESTAROSSA DESDE \$580,000 USD

Es el sucesor oficial del SF90 Stradale y utiliza un sistema híbrido enchufable (PHEV) que combina un V8 Biturbo con tres motores eléctricos para entregar una potencia de 1,050 hp.



9. FERRARI AMALFI DESDE \$283,000 USD

Sucesor directo del Ferrari Roma. Este Gran Turismo se posiciona como el nuevo "modelo de entrada" a la marca. Utiliza una evolución del motor V8 Biturbo de 3.9L que ahora entrega 640 hp.



10. PAGANI HUAYRA CODALUNGA SPEEDSTER DESDE \$7,400,000 USD

Es una evolución del Codalunga coupé, inspirada en los prototipos de "cola larga" que corrían en Le Mans en los años 60. Utiliza el motor V12 Biturbo de 6.0L (desarrollado por AMG) que entrega 864 hp.

A woman with long brown hair, wearing a light-colored button-down shirt tied at the waist, is sitting on the floor. She is talking on a black mobile phone held to her left ear and writing in a notebook with a yellow pencil in her right hand. Next to her, a young girl with blonde pigtails is sitting cross-legged, holding a large croissant. A plate of bananas and other fruit is visible on the floor next to the girl. In the background, a round analog clock is mounted on the wall. The entire scene is overlaid with a pink-to-blue gradient.

**MUJER >>
EJECUTIVA**

EL FUTURO DEL CUIDADO EN MÉXICO

BALANCE Y PLANIFICACIÓN *en el emprendimiento*

UN BALANCE ANUAL
DETALLADO Y UNA
PLANIFICACIÓN
FINANCIERA ESTRATÉGICA
PUEDEN IMPULSAR
LA ESTABILIDAD Y
EL CRECIMIENTO
SOSTENIBLE DE LOS
EMPREDIMIENTOS

LAURA HERNÁNDEZ VILLEGAS





El cierre e inicio de año es una época que trae consigo un incremento en los gastos empresariales como el pago de bonos de desempeño que algunas empresas suelen otorgar a sus colaboradores. Pero es también una oportunidad para hacer un balance del negocio, reflexionar sobre los logros y aprendizajes y replantearse nuevos objetivos.

En este sentido, Alberto Bonetti, CEO y cofundador de YoFio, destaca que la planeación financiera es crucial para el éxito a largo plazo de cualquier negocio, ya que asegura la continuidad del mismo, a través de procesos de autoanálisis que permiten tomar acciones para corregir las áreas de oportunidad y establecer nuevas metas.

Un aspecto importante de la planeación es establecer presupuestos, para ello es necesario tener claro cómo fluye el capital del negocio, es decir, por dónde ingresa y en qué se gasta; esto ayudará a saber cuándo invertir y cuándo ahorrar. Además, te permitirá plantear objetivos de ingresos, costos y gastos para el próximo año, así como asignar recursos de manera efectiva.

El presupuesto puede ser tan detallado como desees y no necesita volverse un dolor de cabeza. Para hacerlo, lo recomendable es empezar por evaluar los ingresos y gastos del año actual; así podrás identificar si hay áreas donde se puedan incrementar ingresos o reducir costos, o incluso determinar si es necesario recurrir a un crédito para invertir en el crecimiento de tu empresa.

De este modo, la planeación financiera se vuelve una herramienta estratégica para que las empresas no sólo cumplan con sus obligaciones, sino también optimicen su rendimiento y crecimiento. Entre las mejores prácticas para planificar financieramente se recomiendan:

- Realizar un análisis detallado de la situación financiera actual para identificar fortalezas y áreas de mejora.
- Establecer objetivos financieros claros, cuantificables y alcanzables para el nuevo año.
- Elaborar presupuestos realistas y monitorear constantemente los gastos e ingresos.
- Gestión eficiente del flujo de caja para mantener la liquidez necesaria en operaciones.
- Identificar y mitigar riesgos financieros.
- Llevar a cabo la implementación de tecnologías digitales para mejorar la gestión financiera y la toma de decisiones basada en datos.
- Desarrollar una cultura financiera sólida dentro del negocio para asegurar continuidad y adaptación a cambios económicos.

Planear de manera anticipada permite tener un panorama claro sobre el presupuesto para salarios, pagos de prestaciones como el aguinaldo, inversiones y contingencias, ayudando a evitar contratiempos financieros y promoviendo la estabilidad y crecimiento del emprendimiento o empresa.

Además, uno de los grandes beneficios de la planeación financiera es que te dará muchísima visibilidad sobre tus necesidades de financiamiento para este, y próximos años. Tener claridad sobre los momentos donde el negocio requerirá de flujo de efectivo adicional podrá ahorrarte muchos dolores de cabeza. El uso de créditos productivos puede ser un catalizador para lograr tus objetivos de crecimiento del negocio y la mejor práctica es saber para qué lo necesitas y el impacto que tendrá en tu emprendimiento.

Otro aspecto importante, que favorece el flujo de efectivo es mejorar la cobranza. Por ello es importante realizar un esfuerzo para cobrar las cuentas pendientes. Incluso, puedes ofrecer descuentos por pronto pago o establecer planes de pago para incentivar a los clientes a saldar sus deudas.

Adicionalmente, una de las estrategias para mejorar tus costos de operación, es negociar con los proveedores para obtener mejores condiciones de pago o descuentos por compras anticipadas.

Finalmente, como parte de esta planeación es clave desarrollar un plan de gestión de crisis para enfrentar los retos que podrían presentarse a lo largo del año; y definir objetivos específicos, medibles, alcanzables, relevantes y temporales, asegurándose de que los integrantes del equipo participen en el establecimiento de estas metas, las conozcan y las comprendan a profundidad. 🔄



EL AVANCE COMO PUNTO DE INFLEXIÓN

**LA RESISTENCIA
AL CRECIMIENTO
PROFESIONAL PUEDE
DERIVAR EN TENSIONES
INTERNAS Y EXTERNAS
QUE LIMITAN EL
DESARROLLO Y LA
CONSOLIDACIÓN DEL
TALENTO**

LAURA HERNÁNDEZ VILLEGAS

El crecimiento profesional y empresarial implica enfrentar cambios, asumir nuevas responsabilidades y tomar decisiones en contextos de incertidumbre. Desde la psicología, estas transiciones activan mecanismos internos de alerta que preparan a las personas para responder ante escenarios desconocidos. Si bien esta respuesta es parte natural del desarrollo humano y cumple una función protectora, cuando se traslada al ámbito del logro y la expansión puede convertirse en un factor que limita el avance hacia nuevas oportunidades, incluso cuando existen las capacidades y la motivación para alcanzarlas.

En el caso de las emprendedoras, la sensación de incertidumbre frente a lo desconocido y los riesgos asociados al inicio y consolidación de un negocio es una respuesta natural. Reconocerla como parte integral del proceso de desarrollo empresarial permite abordarla

estratégicamente y convertirla en un motor de aprendizaje y crecimiento.

De acuerdo con Saskia de Winter, socia fundadora y directora general de Saskia de Winter Training, el miedo al éxito es un fenómeno psicológico que consiste en el temor inconsciente a afrontar cambios y responsabilidades que trae consigo el logro de metas, y puede afectar profundamente a las mujeres emprendedoras, limitando su crecimiento profesional y empresarial.

“Cuando no está en juego nuestra supervivencia, el miedo puede tener un impacto devastador, ya que nos inmoviliza y nos enferma física y psicológicamente. También nos quita asertividad en la toma de decisiones. Suele ser subjetivo, estar relacionado con nuestra autoestima y se origina en nuestro sistema de creencias”.

La especialista detalla que en algunos casos, el miedo al éxito también está intrín-



secamente ligado al temor al logro y tiene raíces complejas que se manifiestan en personas que evitan responsabilidades o metas.

“A menudo, quienes lo experimentan se sienten abrumados por las expectativas, la presión constante y la carga emocional que conlleva alcanzar el éxito, lo que puede llevarlos a adoptar una mentalidad de ‘esfuerzo mínimo’ para evitar lo que perciben como un futuro de mayores demandas y menos libertad”.

En el caso de las emprendedoras o empresarias, este temor puede generar dudas constantes, sabotaje de sus propios proyectos o postergación de decisiones clave, impidiéndole consolidar su negocio en el mercado. Este miedo no es señal de incapacidad, sino una barrera psicológica que requiere atención y trabajo interno para superarse.

Es importante reconocer que las mujeres emprendedoras operan en un entorno particularmente complejo, donde factores so-

ciales, culturales y organizacionales pueden amplificar las barreras al avance. Entre los principales desafíos se encuentran los roles tradicionales de género, que influyen en la percepción del éxito femenino; el temor al fracaso, que puede inhibir la toma de decisiones estratégicas; la autoexigencia y el perfeccionismo, generando ansiedad y agotamiento; y las dudas sobre la propia capacidad para liderar y gestionar la escalabilidad de su negocio.

Estas inseguridades pueden frenar la innovación, la búsqueda de financiamiento o el crecimiento, y limitar la presencia femenina en posiciones de liderazgo y sectores estratégicos.

La directora general de Saskia de Winter comenta que “los colaboradores que sufren de miedo al éxito pueden experimentar ansiedad, irritabilidad e hipersensibilidad, incluso desarrollar comportamientos que interfieren con sus responsabilidades, como la procrastinación e inclusive resistencia; y además del costo emocional a nivel personal, también está el financiero”, ya que pueden dejar pasar oportunidades importantes para el crecimiento de su negocio.

Gerardo del Villar, fotógrafo subacuático y autor de “Los Tiburones También Tienen Miedo”, señala que el miedo no es exclusivo de los humanos: incluso los depredadores más grandes de la naturaleza lo experimentan. La clave, sostiene, está en aprender a gestionarlo estratégicamente para que se convierta en un aliado en la consecución de metas y proyectos. “El miedo puede motivar en lugar de paralizar si se aprende a gestionarlo adecuadamente”.

Del Villar refiere que una manera de superar obstáculos es aceptando el miedo como parte natural de la vida, transformar las inseguridades en impulso para actuar, utilizar la valentía para avanzar incluso en circunstancias adversas; sin perder el enfoque, la perseverancia y la gestión emocional para conseguir el éxito.

De igual manera, se destaca la importancia de enfrentar la adversidad desde una perspectiva de aprendizaje, entendiendo estas barreras internas no como obstáculos a superar, sino como aliadas que orientan hacia un desarrollo integral y auténtico. Superarlas requiere un proceso estructurado enfocado en el autoconocimiento, la gestión emocional y el fortalecimiento de redes de apoyo.

Especialistas en desarrollo humano y emprendimiento femenino coinciden en que reconocer estas limitaciones internas es el primer paso para liberar el potencial creativo y de liderazgo que las emprendedoras poseen.



En este sentido, es clave poner en práctica lo siguiente para enfrentar esta emoción que limita.

Acepta el miedo como natural y aliado. Reconoce que la incertidumbre y las inquietudes son reacciones comunes incluso entre los más fuertes, y que no constituyen un obstáculo, sino una señal que alerta sobre desafíos y oportunidades. Ante estas sensaciones, en lugar de evitarlas, obsérvalas y reflexiona sobre qué intentan enseñarte para tomar decisiones más acertadas.

Transformar la inseguridad en acción. Cuando surjan dudas o inseguridades, transforma estas sensaciones en un impulso para prepararte con mayor rigor, planear con precisión y actuar con determinación. No se trata de eliminarlas, sino de avanzar mientras aprendes a gestionarlas estratégicamente en el camino hacia tus objetivos.

Mantener el enfoque en tu propósito. Identifica claramente qué es lo que te mueve y enfócate en ello diariamente, dejando de lado distracciones y dudas que pueden generar ansiedad o paralizarte. El sentido de propósito te da fuerza para seguir adelante en momentos difíciles.

Celebrar el proceso, no sólo el resultado. Reconoce y valora cada esfuerzo que realizas y celebra tus logros por pequeños que estos sean. De esta forma, el miedo a mantener altos estándares se reduce, lo importante es el progreso constante.

Perseverar ante la adversidad. Entender que los obstáculos forman parte del proceso, y que la

resiliencia se construye al continuar a pesar del miedo o las dificultades. Busca siempre el aprendizaje en cada experiencia y adapta tu estrategia sin rendirte.

Cuidar tu bienestar emocional. Prioriza momentos para cuidar tu equilibrio mental y emocional, ya sea a través del descanso, la meditación, actividades recreativas o apoyo social. El bienestar integral fortalece tu capacidad para gestionar el miedo y mantener una actitud positiva.

Contar con una red de apoyo. Es fundamental que sientas el respaldo de otros líderes o emprendedores con quienes puedas compartir abiertamente tus miedos y que con base en su experiencia y conocimientos, te impulsen a superarlos para seguir adelante con tus metas.

Al aplicar estas estrategias de manera constante, es posible transformar las barreras internas en un motor de impulso que potencia el avance, logrando un desarrollo sostenible y auténtico tanto en el ámbito personal como profesional.

Estas prácticas fortalecen la resiliencia, la determinación y la capacidad de enfoque necesarias para enfrentar desafíos y alcanzar el éxito con equilibrio. Al mismo tiempo, contribuyen a empoderar a las mujeres, facilitando que conviertan sus limitaciones internas en oportunidades para alcanzar objetivos estratégicos y consolidar sus negocios de manera efectiva. »



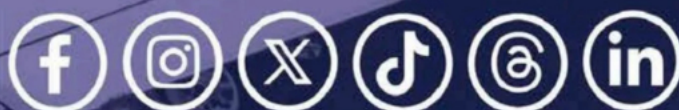
AERO
Toluca



EXPO[®]
2026

3, 4 y 5 de marzo

El evento de negocios de la aviación civil mexicana



Con el apoyo de:



CULTURA Y TURISMO
SECRETARÍA DE CULTURA Y TURISMO



Revistas.PeruRadio.net.pe

EL FUTURO DEL CUIDADO EN MÉXICO

MUJERES DEDICAN 268 MINUTOS DIARIOS A TAREAS DE CUIDADO NO REMUNERADAS

LAURA HERNÁNDEZ VILLEGAS

Culturalmente, las responsabilidades del cuidado de los hijos y las labores domésticas han recaído principalmente en las mujeres, lo que refleja una carga desproporcionada de tareas domésticas y de cuidado no remuneradas, sobre todo cuando ellas también trabajan o son emprendedoras.

Un informe de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), indica que las mujeres dedican casi el doble de tiempo que los hombres a tareas de cuidado no remuneradas, invirtiendo 268 minutos diarios en estas labores, en comparación con los 155 minutos que dedican ellos; y esta desigualdad puede ser una fuente adicional de tensiones en el hogar, además de que limitan su desarrollo personal, profesional y social.

De acuerdo con la Cuenta Satélite del Trabajo no Remunerado de los Hogares de México que elabora el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi), en 2023 las tareas del hogar representaron 8.4 billones de pesos; de los cuales las mujeres aportaron el 71.5% del trabajo doméstico no remunerado, mientras que los hombres contribuyeron con apenas el 28.5%. Este trabajo equivale al 26.3% del Producto Interno Bruto (PIB) nacional, superando en valor económico a sectores como la manufactura y el comercio.

Adicionalmente, refiere que ellas se encargan de realizar el 82% de las actividades relacionadas con la alimentación; el 79% de las labores de limpieza y cuidado de la ropa y calzado; y el 75% de las tareas de cuidados.

La urgencia por atender esta problemática ha llevado a México a impulsar la creación de un Sistema Nacional de Cuidados, que busca reconocer, redistribuir y profesionalizar el trabajo de cuidado, además de garantizar servicios accesibles y cuidado digno a lo largo de su vida para las personas que lo requieren.

Entre los principales avances está la propuesta para elevar el Sistema Nacional de Cuidados a rango constitucional, y el diseño de políticas públicas que promueven la corresponsabilidad en el cuidado de menores, adultos mayores, personas con discapacidad o con alguna enfermedad; entre mujeres, hombres, sociedad y Estado; y que permita garantizar el derecho a cuidar y ser cuidado en condiciones dignas que coadyuve a alcanzar la igualdad de género.

La iniciativa para expedir la Ley General del Sistema Nacional de Cuidados, promovida por la senadora Martha Lucía Míchter Camarena, del partido Morena, propone la concurrencia entre los diferentes órdenes de gobierno para el diseño,



ejecución, seguimiento y evaluación de las acciones y políticas en esta materia.

En su momento, la senadora destacó que la creación de un sistema de cuidados es un “tema coyuntural” para alcanzar la igualdad de género, porque los trabajos de cuidados no remunerados han recaído históricamente en las mujeres, las adolescentes y las niñas.

Asimismo, la actual administración, en conjunto con otras organizaciones como el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) y apoyos internacionales como el BID, trabaja en la expansión de servicios de cuidado, la formación de cuidadores profesionales y la implementación de una plataforma digital para coordinar servicios en todo el país.

Cabe recordar que en 2023, ONU Mujeres en colaboración con el Instituto Nacional de las Mujeres (Inmujeres) y el Colegio de México (Colmex), lanzaron oficialmente el Mapa de Cuidados de México (MACU), una herramienta interactiva que integra datos del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (Denue), del Censo de Población y Vivienda 2020 y las Características del Entorno Urbano 2020.

En este documento se ofrece información sobre localización de centros de cuidado públicos, privados y de la sociedad civil, como estancias infantiles, centros de día, escuelas, entre otros; para la infancia, personas mayores y personas

con discapacidad existentes en el país; así como estadísticas e indicadores para identificar zonas de rezago en la provisión de estos servicios, para que los gobiernos locales puedan tomar decisiones en materia de política de cuidados para reducir las desigualdades en la atención.

En este mismo tenor, el año pasado, la jefa de Gobierno de la Ciudad de México, Clara Brugada, anunció una inversión de más de 12 mil millones de pesos durante seis años, para la creación y operación del Sistema Público de Cuidados, mismos que serán distribuidos de la siguiente manera: mil 600 millones para infraestructura nueva, 6 mil 200 millones para mantenimiento y operación, mil millones para apoyos directos a personas cuidadoras, 900 millones a hogares de larga estancia y 100 millones para cooperativas de cuidados.

Brugada detalló que esta iniciativa representa una transformación social profunda, con el propósito de colocar en el centro de la vida pública el derecho a cuidar y ser cuidado. De igual manera precisó que el Sistema Público de Cuidados estará conformado por mil 116 nuevos espacios, conformador por 300 centros de cuidado infantil y salas de primera infancia; 200 casas de día para adultos mayores; 200 centros de rehabilitación para personas con discapacidad; 16 hogares de larga estancia; 200 comedores comunitarios; 200 lavanderías gratuitas; casas de las Siemprevivas con atención jurídica y psicológica; y 200 espacios de formación en masculinidades corresponsables.

De igual manera, anunció el lanzamiento del Sistema de Educación Inicial de la Ciudad de México, que busca evitar que la desigualdad se inicie en la primera infancia. Brugada refirió que actualmente, de 273 mil niños y niñas de 0 a 3 años el 80% no tienen acceso a servicios públicos de cuidado. Por ello se han destinado 300 nuevos centros infantiles que atenderán a 66 mil niños, de estos centros, 200 serán operados directamente por el gobierno y 100 por cooperativas.

Adicionalmente, a través del programa “Ciudad que Cuida a quienes nos Cuidan”, se otorgará apoyo económico a 45 mil personas cuidadoras de tiempo completo, principalmente mujeres. Bruga-



8.4 billones
de pesos
representaron las
tareas del hogar en
2023

da Molina detalló que con la puesta en marcha del sistema se darán 10 millones de servicios anuales para adultos mayores y 5 millones para personas con discapacidad, con una infraestructura instalada para brindar atención diaria a 32 mil personas mayores y 16 mil personas con discapacidad.

“Estamos combatiendo la esclavitud moderna que viven millones de mujeres”, señaló, recordando que las mujeres dedican más de 40 horas semanales al trabajo de cuidados en la capital. Además, dijo que el 57% de la población en la ciudad enfrenta escasez de tiempo libre, lo que afecta su salud y bienestar.

La mandataria capitalina también explicó que se presentaron dos iniciativas ante el Congreso de la Ciudad de México: una reforma constitucional al artículo 9 que busca erradicar la división sexual del trabajo, y una Ley del Sistema Público de Cuidados, que establece principios de universalidad, accesibilidad, calidad y progresividad, como una responsabilidad compartida entre el Estado, las familias, la comunidad y el sector privado.

Por su parte, Araceli Damián González, secretaria de Inclusión y Bienestar, precisó que la ley establece la desmercantilización del cuidado y garantiza servicios gratuitos a personas con menos recursos, sin exclusión.

Agregó que el sistema contará con una junta de gobierno presidida por la persona titular de la Jefatura de Gobierno e integrada por las y los titulares de las secretarías, entidades y órganos de gobierno, así como por las alcaldías; un mecanismo de participación social con usuarios, organizaciones, cuidadoras y académicos; y cada seis años se actualizarán diagnósticos y metas hasta alcanzar la cobertura total en 2050.

Estos esfuerzos buscan aliviar la carga desigual que pesa sobre las mujeres, fomentar la igualdad de género y mejorar la calidad de vida tanto de cuidadoras como de quienes reciben atención.

La implementación del Sistema Nacional de Cuidados y las iniciativas locales representan un avance significativo hacia la igualdad de género y la redistribución de responsabilidades históricamente recaídas sobre las mujeres. Más allá de ser una política social, se trata de una inversión en capital humano, productividad y cohesión social, que permite liberar tiempo y potencial de millones de mujeres, fortalecer la economía y generar un entorno más equitativo y sostenible.

Garantizar el derecho a cuidar y ser cuidado no solo transforma la vida de quienes participan directamente, sino que también sienta las bases para un desarrollo más inclusivo y competitivo a nivel nacional. »



Nutrición con propósito

ALIMENTACIÓN, DESCANSO, MOVIMIENTO Y MANEJO DEL ESTRÉS COMO PILARES ESENCIALES PARA RECUPERAR EL EQUILIBRIO Y LA SALUD EN LA VIDA MODERNA



CYNTHIA MICHELLE HERNÁNDEZ

La nutrición y el estilo de vida son pilares fundamentales de la salud, y no sólo herramientas de prevención, sino más bien son una vía para comprender al ser humano de manera integral. Hoy la forma en que se come, duerme, y hasta la gestión del estrés influyen directamente en los procesos metabólicos, hormonales y emocionales.

Nathaly Marcus es licenciada en Nutrición y Ciencia de los Alimentos, con especializaciones en epigenética, longevidad, medicina antiedad y medicina integrativa, además de una especialización realizada en Estados Unidos. Sin embargo, su trayectoria profesional no nació en un aula ni en un laboratorio,

sino en una experiencia profundamente personal que marcó su vida y redefinió su vocación.

Sus hijas nacieron prematuras, con apenas un kilo de peso y con serios problemas neurológicos. Pasaron tres meses en terapia intensiva y fue entonces cuando Nathaly fue enviada a Estados Unidos para realizar estudios de laboratorio y recibir orientación terapéutica. “Les cambiaron la dieta, les dieron suplementos y terapias. Vi los resultados y entendí que había otra forma de sanar”. Ese momento fue el punto de inflexión que la llevó a estudiar medicina funcional e integrativa, convirtiéndose en una de las pioneras de este enfoque en México.

NATHALY MARCUS SANO, SALVAJE Y SABIO

Guía práctica para reconectar con tu naturaleza ancestral y sanar tu vida



Desde entonces, se ha dedicado casi tres décadas a la consulta clínica, atendiendo pacientes con autismo, cáncer, diabetes y enfermedades crónico-degenerativas. Su objetivo ha sido siempre el mismo: ir a la raíz del problema. “La medicina tradicional atiende el síntoma; nosotros buscamos entender por qué el cuerpo se enfermó”. Para ella, el ser humano no puede fragmentarse: cuerpo, mente y emociones son un mismo sistema.

Hoy, además de su práctica clínica, Nathaly Marcus es una figura pública que divulga información de salud y bienestar. En un entorno saturado de contenido, su misión es compartir conocimiento con respaldo científico y, al mismo tiempo, con humanidad. Por ello, continúa certificándose y asistiendo a congresos internacionales en Estados Unidos y Europa. “Estoy en la vanguardia científica, pero también en contacto diario con los pacientes, y eso te vuelve más compasivo”.

Para Nathaly, la causa es multifactorial: alimentos ultraprocesados, pesticidas, glifosatos, alteraciones del ciclo circadiano, estrés crónico y una desconexión profunda con la naturaleza. En países como México, el problema se agrava por factores sociales y económicos. “Muchas personas creen que comer sano es caro, pero no se dan cuenta de que lo verdaderamente caro es vivir enfermo”.

Desde su consulta, observa errores recurrentes: falta de hidratación, sedentarismo, consumo excesivo de ultraprocesados y niveles elevados de estrés. “Somos seres sedentarios que hacemos una hora de ejercicio al día, cuando deberíamos movernos la mayor parte del tiempo”, apuntó. A esto se suman la radiación, los metales pesados y las toxinas ambientales que inflaman y desequilibran al organismo.

En cuanto a la suplementación, advierte sobre los riesgos de la automedicación. Antes de suplementar, deben establecerse pilares básicos: alimentación limpia, movimiento, manejo del estrés, sueño adecuado y exposición a



“No es lo mismo cuidarme que sanarme; cuidarte no es castigarte; sanar es llevar a tu cuerpo a un lugar de amor y respeto”.

Nathaly Marcus

Licenciada en Nutrición y Ciencia de los Alimentos

la luz natural. Sólo después, y de forma personalizada, puede considerarse la suplementación. “Los alimentos ya no tienen los mismos nutrientes que antes y vivimos en un entorno que nos oxida; por eso, en ciertos casos, los suplementos son necesarios”.

Más allá de la nutrición o el ejercicio, Nathaly Marcus propone una reflexión más profunda sobre el significado de cuidarse. En este punto, subraya el papel central de la mujer, en su libro *Sana Salvaje y Sabio*, explicó que la salud femenina impacta directamente en la familia y en las futuras generaciones. “Si una mujer está devastada emocional y nutricionalmente, eso es lo que transmite”. Para ella, el amor propio no es un lujo, sino una responsabilidad.

En la conversación pública, considera que aún falta promover autenticidad y vulnerabilidad. La sanación, se construye todos los días con hábitos que nutren, no con soluciones instantáneas. De cara al futuro, continúa desarrollando su proyecto. Su libro ha sido publicado con Penguin Random House, cuenta con audiolibro, edición en inglés y distribución internacional. Planea enciclopedias prácticas sobre hormonas, diabetes y nutrición infantil, además de giras de podcast en vivo.

Su mensaje final es fuerte: “la salud no es algo estático, se construye todos los días con decisiones conscientes”. En un mundo acelerado y exigente, su voz invita a regresar a lo esencial: escuchar al cuerpo, honrar la vida y ejercer la compasión, empezando por uno mismo. »

Protección en la época digital

PROTEGER LOS DERECHOS DE LAS MUJERES EN TODOS LOS ÁMBITOS, INCLUIDO EL DIGITAL, REQUIERE POLÍTICAS, EDUCACIÓN Y ACCIÓN COORDINADA PARA GENERAR ENTORNOS SEGUROS

MUJER EJECUTIVA

En México, 70.1% de mujeres de más de 15 años han experimentado al menos un incidente de violencia en su vida, la cual puede ser psicológica, económica, patrimonial, física, sexual o discriminación en algún ámbito, según datos de la Encuesta Nacional sobre la Dinámica de las Relaciones en los Hogares (ENDIREH) 2021, que elaboró el Inegi.

Actualmente, la violencia contra las mujeres no se limita a los espacios físicos, sino que ha trascendido y encontrado nuevas formas de manifestarse, como es el entorno de medios digitales.

Una de estas manifestaciones de violencia es el ciberacoso, que vulnera derechos como la privacidad, la integridad emocional, la libertad de expresión y la seguridad de las mujeres. En 2024, 10.6 millones de mujeres fueron víctimas de ciberacoso.

Claudia Morales, coordinadora de Vinculación y Difusión de la Fundación MSI, resaltó que hoy en día las redes sociales se convierten en otro entorno de violencia.

“La ONU Mujeres nos advierte que el uso indebido de imágenes o intercambio no consentido de imágenes íntimas, a menudo denominado pornografía ven-

gativa o filtración de desnudos, son actos de intimidación, coerción o abuso”.

Hay que poner atención y énfasis particular en el acceso de niñas y mujeres tienen a educación sexual y reproductiva, con la finalidad de que ellas sepan que el ejercicio de sus derechos está garantizado y que hay organizaciones no gubernamentales que les pueden ofrecer orientación y los servicios que ellas necesiten.

“Después de 16 Días de Activismo para la eliminación de la Violencia contra las Mujeres, esperamos que estas jornadas generen una mayor conciencia social y movilicen acciones concretas para poner fin a la violencia contra mujeres y niñas en todas sus formas”, manifestó.

ESPACIOS LIBRES DE VIOLENCIA

La Organización de las Naciones Unidas (ONU) Mujeres advierte que todos los espacios de acción de la mujer, tanto digitales como físicos, deben ser plataformas de empoderamiento y no un campo minado de acoso y control.

Además, estas formas de violencia también se relacionan estrechamente con embarazos no planeados, barreras para acceder a anticonceptivos, estigma

en salud reproductiva y falta de servicios de aborto seguro.

Finalmente, Claudia Morales indicó que la violencia contra las mujeres continúa siendo una de las transgresiones de derechos humanos más extendidas y normalizadas.

Garantizar entornos seguros para las mujeres, tanto en el ámbito físico como digital, no es sólo una cuestión de Derechos Humanos, sino también un imperativo para el desarrollo social y económico. Organizaciones, empresas y autoridades tienen la responsabilidad de implementar políticas, protocolos y programas de prevención que promuevan la seguridad, la educación y el empoderamiento de niñas y mujeres, transformando espacios de riesgo en plataformas de oportunidad.

La erradicación de la violencia contra las mujeres requiere acción coordinada, conciencia social y compromiso institucional. Fortalecer la educación, el acceso a servicios y la cultura de respeto no sólo protege a las mujeres, sino que también genera sociedades más resilientes y sostenibles, donde el talento femenino puede desarrollarse plenamente, contribuyendo al crecimiento y la innovación en todos los sectores. »

"Si la pasión te impulsa,
deja que la razón lleve las riendas"

Benjamin Franklin



Concurso de Salto Rancho Ecuestre La Roca

Calendario 2026

Feb. 19 al 22

Feb. 26 al 1 Mzo.

Abr. 30 al 3 May.

Sept. 10 al 13

Sept. 17 al 20

Disfruta de emocionantes competencias,
gastronomía y coctelería premium,
además de un área comercial.

Reserva tu lugar en el Palco La Roca,
para disfrutar de una mesa exclusiva
para ocho personas, ideal para
compartir con amigos y familiares.

¡Te esperamos!

📷 @concursolaroca

San Miguel Ameyalco, Lerma, EdoMex. / Av Miguel Hidalgo 177, C.P. 52040

Liderazgo femenino y competitividad

LA PARTICIPACIÓN FEMENINA EN EMPRESAS CON PROYECCIÓN INTERNACIONAL IMPULSA RESULTADOS SUPERIORES Y FORTALECE LA COMPETITIVIDAD EN EL MERCADO

MUJER EJECUTIVA

La reciente edición de la Radiografía del Emprendimiento en México 2025: edición Mujeres que elabora la Asociación de Emprendedores de México (ASEM), reveló que sólo el 24% del capital social de las empresas en México está en propiedad de las mujeres.

En promedio, el 74% del capital social de las personas morales está en manos de hombres, y en el 35% de las empresas las mujeres no tienen participación en el capital, lo que limita su acceso a puestos estratégicos y oportunidades de crecimiento.

La investigación destaca que esta concentración afecta también la dirección empresarial, ya que sólo el 1.4% de las organizaciones que carecen de socias capitalistas, son lideradas por mujeres.

En este contexto, Juan Carlos Cante, presidente del Consejo Directivo de la ASEM, señaló que “el hecho de que más mujeres funden empresas no sólo es una meta de igualdad, sino

una estrategia de competitividad”, pues la participación femenina potencia la innovación y la resiliencia del emprendimiento en México.

BRECHAS, OPORTUNIDADES Y CRECIMIENTO

De igual manera, el estudio, que encuestó a cerca de 2 mil 800 fundadoras, identificó que el comercio electrónico y la digitalización son palancas clave para el crecimiento de las empresas lideradas por mujeres.

Las empresas fundadas por mujeres que venden exclusivamente en línea facturan un 213% más que las que no lo hacen y la mitad tiene a mujeres en la Dirección. Mientras que, aquellas que utilizan herramientas digitales aumentan su facturación en un 218% más que las que no integran estas tecnologías.

Además, el estudio refleja que las empresas con mujeres fundadoras que participan en mercados internacionales tienen un desempeño superior, con un 40.3% que aumentó sus ventas en 2025 frente al 31.3% promedio nacional.

ÁREAS DE MEJORA

Por otra parte, para fortalecer las empresas fundadas por mujeres, el estudio identifica como áreas prioritarias la estrategia de ventas y fidelización de clientes en un 52.2%; comunicación, marketing y publicidad 41.1%; y la gestión de ventas en línea 16.9 por ciento.

Finalmente, la Radiografía del Emprendimiento en México 2025: edición Mujeres aporta datos estratégicos para fomentar la inclusión y el liderazgo femenino en el ecosistema empresarial mexicano, promoviendo prácticas que mejoren la equidad y aprovechen el potencial de las mujeres en el desarrollo económico del país.

Promover la participación femenina en la propiedad y dirección de empresas no es sólo una cuestión de equidad, sino un factor clave de competitividad y crecimiento económico. Impulsar la digitalización, la internacionalización y el fortalecimiento de capacidades estratégicas en ventas y marketing permitirá que más mujeres capitalicen su potencial, generen innovación y contribuyan de manera significativa a un ecosistema empresarial más inclusivo y resiliente en México. ➤



THE CORE

THE LIVING **HARMONY**

The Wave of Sustainable Design

PRESENTED BY



INTERCERAMIC[®]

POWERED BY

oppo



WWW.THECORE.DESIGN

go**green**

A Global Narrative of Influence
in Sustainable and Design

Revistas.PeruRadio.net.pe

ENTER THE LUXURY REALM

HORAS DE VUELO | VUELOS PRIVADOS | COMPRA Y VENTA DE AVIONES



+52 55 4264 3547



@mm_aviacionprivada



www.mmaviacionprivada.com